

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ**

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ**  
**ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ**  
**ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ**

**ΒΑΙΟΣ ΙΩΣΗΦ**

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης του  
Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού  
Διπλώματος Ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων Για Στελέχη

**Πειραιάς**

**2013**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	6
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	8
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
Σύνοψη της Μελέτης Σκοπιμότητας.....	11
1.1 Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος.....	12
1.2 Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ.....	12
1.3 Πρώτες Ύλεις και Άλλα Εφόδια.....	14
1.4 Μηχανολογία και Τεχνολογία.....	14
1.5 Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....	15
1.6 Ανθρώπινο Δυναμικό.....	15
1.7 Τοποθεσία – Χώρος Εγκατάστασης και Περιβάλλον.....	16
1.8 Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου.....	16
1.9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος.....	18
2.1 Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου.....	19
2.2 Γενικοί Στόχοι και Βασική Στρατηγική του Επενδυτικού Σχεδίου.....	21
2.3 Υποστηρικτές του Σχεδίου και Ιδρυτές.....	22
2.4 Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου.....	22
2.5 Μελέτη Σκοπιμότητας.....	23
2.6 Κόστος Εκπόνησης Μελέτης Σκοπιμότητας .....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	

Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ.....	24
3.1 Ορισμός της Αγοράς.....	25
3.2 Ανάλυση της Αγοράς.....	26
3.2.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου.....	26
3.3 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς.....	27
3.3.1 Η Εγχώρια Αγορά Ασφάλισης Αυτοκινήτων.....	27
3.3.2 Χρηματοοικονομική Εικόνα Κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτων.....	28
3.3.3 Στατιστική Εικόνα Κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτων.....	31
3.4 Η Ευρωπαϊκή Αγορά Ασφάλισης Αυτοκινήτων.....	37
3.5 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος.....	38
3.6 Ανάλυση του Ευρύτερου Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος.....	39
3.6.1 Οικονομικοί Παράγοντες.....	39
3.6.2 Κοινωνικοί Παράγοντες.....	40
3.6.3 Πολιτικοί Παράγοντες.....	40
3.6.4 Τεχνολογικοί Παράγοντες.....	41
3.7 Παράγοντες Ζήτησης.....	41
3.7.1 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης.....	41
3.7.2 Προσδιορισμός Μελλοντικής Ζήτησης.....	43
3.8 Το Σχέδιο Μάρκετινγκ.....	45
3.8.1 Ανάλυση της Στρατηγικής Διάστασης του Σχεδίου Μάρκετινγκ.....	45
3.8.2 Ανάλυση της Λειτουργικής Διάστασης του Σχεδίου Μάρκετινγκ.....	46
3.9 Ανάλυση S.W.O.T.....	50
3.10 Έσοδα από Πωλήσεις και Κόστος του Μάρκετινγκ.....	53
3.10.1 Έσοδα από Πωλήσεις.....	53
3.10.2 Προσδιορισμός του Κόστους του Μάρκετινγκ.....	54
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	
Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια.....	57
4.1 Πρώτες Ύλες.....	58

4.2 Άλλα Εφόδια.....	58
4.2.1 Περιγραφή Δεδομένων Επιλογής Εφοδίων.....	59
4.2.2 Υπολογισμός του Κόστους Αναλωσίμων και άλλων Εφοδίων.....	60
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b>	
Μηχανολογία και Τεχνολογία.....	62
5.1 Περιγραφή της Τεχνολογίας.....	63
5.1.1 Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού.....	64
5.2 Κόστος Μηχανημάτων και Τεχνολογίας.....	66
5.2.1 Δίκτυο Η/Υ.....	66
5.2.2 Μηχανήματα Γραφείου.....	67
5.2.3 Τηλεφωνικό Δίκτυο.....	67
5.3 Κόστος Κατασκευής της Επιχείρησης.....	68
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	
Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....	70
6.1. Οργάνωση της Μονάδας.....	71
6.1.1 Οργανωσιακές Λειτουργίες.....	71
6.1.2. Οργανωσιακή Δομή.....	71
6.1.2.1 Διεύθυνση Μονάδας.....	72
6.2 Γενικά Έξοδα.....	74
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7</b>	
Ανθρώπινοι Πόροι.....	77
7.1 Κατηγορίες και Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων.....	78
7.1.2 Διοικητικό – Υπαλληλικό Προσωπικό.....	79
7.2. Ανάγκες του Επενδυτικού Σχεδίου σε Ανθρώπινο Δυναμικό.....	79
7.2.1. Προσδιορισμός των Αναγκών.....	79
7.2.2 Προγραμματισμός των αναγκών.....	80

7.3 Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού και Προσλήψεις Προσωπικού.....	81
7.3.1 Εκτίμηση της Προσφοράς και Ζήτησης Ανθρώπινου Δυναμικού.....	81
7.3.2. Προγραμματισμός Πρόσληψης Προσωπικού.....	82
7.4. Εκτιμήσεις του Κόστους Εργασίας.....	83
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8</b>	
Τοποθεσία – Χώρος Εγκατάστασης – Περιβάλλον.....	86
8.1. Εκτίμηση των Αναγκών σε Χώρους της Νέας Μονάδας.....	87
8.2. Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας.....	87
8.2.1. Κριτήρια Επιλογής Τοποθεσίας.....	88
8.3. Επιλογή του Χώρου Εγκατάστασης.....	89
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9</b>	
Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου.....	90
9.1. Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου.....	91
9.2. Ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης των Εργασιών.....	91
9.3 Χρονικός Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου.....	92
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10</b>	
Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	94
10.1 Στόχοι της Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγησης.....	95
10.2 Ανάλυση του Συνολικού Κόστους της Επένδυσης.....	95
10.2.1 Πάγιο Ενεργητικό.....	96
10.2.2 Κεφάλαιο Κίνησης.....	96
10.2.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	99
10.3 Χρηματοδότηση της Επένδυσης .....	100
10.4 Ανάλυση του Συνολικού Κόστους Λειτουργίας της Επιχείρησης.....	100
10.5 Προβλεπόμενες Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις.....	101
10.5.1 Προϋπολογιστικές Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης.....	101

10.5.2 Προϋπολογιστικές Καταστάσεις Ταμειακών Ροών.....	102
10.5.3 Ισολογισμός.....	103
10.6. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	105
10.6.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης.....	105
10.6.2 Μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	106
10.6.3 Μέθοδος του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	108
10.7 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επένδυσης σε Συνθήκες Αβεβαιότητας...	108
10.7.1 Ανάλυση του Νεκρού Σημείου.....	108
10.8 Συνεισφορά της Επένδυσης στην Εθνική Οικονομία .....	109
Βιβλιογραφία.....	111

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1 Κόστος Προ επενδυτικών Μελετών.....	23
Πίνακας 3.1 Δείκτες Αστικής Ευθύνης Οχημάτων.....	28
Πίνακας 3.2 Παραγωγή ασφαλιστρων στην Ελλάδα για τα έτη 2010 & 2011.....	28
Πίνακας 3.3 Πληρωθείσες αποζημιώσεις ετών 2010 & 2011.....	29
Πίνακας 3.4 Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση ασφαλιστρων.....	30
Πίνακας 3.5 Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση Αποζημιώσεων.....	31
Πίνακας 3.6 Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση Αποζημιώσεων.....	31
Πίνακας 3.7 Δείκτες ζημιών, προμηθειών, εξόδων & Μικτός Δείκτης.....	34
Πίνακας 3.8 Κυριότεροι Δείκτες ζημιών ανά Τύπο Οχήματος.....	35
Πίνακας 3.9 Μεγέθη και Δείκτες.....	36
Πίνακας 3.10 Πρόβλεψη ετήσιας ζήτησης απευθείας ασφάλισης Νομού Αττικής.....	44
Πίνακας 3.11 Κατηγορίες Ασφαλιστικών Προϊόντων & Καλύψεων.....	48
Πίνακας 3.12 Προβλεπόμενα Έσοδα της Εταιρίας για τα Έτη 2012 – 2019.....	54

Πίνακας 3.13 Εκτίμηση Κόστους Μάρκετινγκ (ανά έτος).....	56
Πίνακας 4.1 Κόστη 2012 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών – ΔΕΗ.....	60
Πίνακας 4.2 Κόστη 2013 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών – ΔΕΗ.....	60
Πίνακας 4.3 Κόστη 2014 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών – ΔΕΗ.....	61
Πίνακας 4.4 Κόστη 2015 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών – ΔΕΗ.....	61
Πίνακας 4.5 Κόστη 2016 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών – ΔΕΗ.....	61
Πίνακας 5.1 Κόστος Δικτύου Η/Υ & Εγκατάστασης.....	67
Πίνακας 5.2 Κόστος τηλεφωνικού Δικτύου.....	68
Πίνακας 5.3 Κόστος Μηχανημάτων και Τεχνολογίας.....	68
Πίνακας 5.4 Κόστος Ανακατασκευής.....	69
Πίνακας 5.5 Κόστος συντήρησης εργασιών.....	69
Πίνακας 6.1 Εκτίμηση Γενικών Εξόδων Επιχείρησης.....	75
Πίνακας 6.2 Πρόβλεψη Γενικών Εξόδων Επιχείρησης (ανά έτος).....	76
Πίνακας 7.1 Απαιτούμενο προσωπικό ανά Οργανωσιακή Λειτουργία.....	79
Πίνακας 7.2 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού προ Λειτουργίας της Επιχείρησης.....	83
Πίνακας 7.3 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού κατά την Λειτουργία της Επιχείρησης....	84
Πίνακας 7.4 Εκτίμηση Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού.....	85
Πίνακας 8.1 Εκτίμηση Κόστους στον Χώρο Εγκατάστασης (ετήσια επιβάρυνση).....	89
Πίνακας 10.1 Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης.....	96
Πίνακας 10.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Κεφάλαιο Κίνησης.....	97
Πίνακας 10.3 Τελικός Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης Πρώτου Έτους Λειτουργίας (2012).....	98
Πίνακας 10.4 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	99
Πίνακας 10.5 Πίνακας Κεφαλαίου Κίνησης.....	99
Πίνακας 10.6 Συνολικό Κόστος Λειτουργίας.....	100
Πίνακας 10.7 Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης.....	101

Πίνακας 10.8 Προβλεπόμενες Καταστάσεις Ταμειακών Ροών Ετών 2011 – 2016.....	102
Πίνακας 10.9 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Ετών 2012 – 2016.....	104
Πίνακας 10.10 Υπολογισμός Καθαρών ταμειακών Ροών Επιχείρησης (Ευρώ).....	105
Πίνακας 10.11 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (Ευρώ).....	107
Πίνακας 10.12 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας με ΕΣΑ (Ευρώ) .....	108
Πίνακας 10.13 Πίνακας Καταμερισμού Σταθερών και Μεταβλητών Εξόδων (2012)...	109

## **ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Διάγραμμα 1. Παραγωγή Ασφαλίστρων 2007 – 2011.....	29
Διάγραμμα 2. Ασφαλισθέντα Οχήματα ανά τύπο οχήματος.....	32
Διάγραμμα 3. Κατανομή παραγωγής ασφαλίστρων ανά τύπο οχήματος.....	33
Διάγραμμα 9.1. Χρονοδιάγραμμα Εκτέλεσης του Προγράμματος.....	93



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κλάδος της Ιδιωτικής Ασφάλισης παρουσιάζεται ως ένας από τους πιο δυναμικούς κλάδους της οικονομίας με πολύ μεγάλη συνεισφορά τόσο στην Ελληνική Οικονομία όσο και στην Ελληνική κοινωνία. Παρόλα αυτά, λόγω της οικονομικής κρίσης και της παρατεταμένης ύφεσης η οποία πλήττει την χώρα μας κατά τα τελευταία συνεχόμενα έτη, ο κλάδος πλήττεται σημαντικά με αποτέλεσμα να εμφανίζει μειωμένη παραγωγή ασφαλιστρών τόσο στα Ασφαλιστήρια Συμβόλαια Ζωής όσο και σε αυτά των Γενικών Ασφαλίσεων. Οι Ασφαλιστικές εταιρίες έχουν αρχίσει να «πιέζονται» προκειμένου να διατηρήσουν την παραγωγή ασφαλιστρών αλλά και να ενισχύσουν τα αποθεματικά τους, ενώ η κερδοφορία τους αποτελεί απαραίτητο παράγοντα για την επιβίωση τους.

Μέσα σε αυτό το κλίμα, ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει τις προοπτικές ίδρυσης μιας ασφαλιστικής εταιρίας η οποία θα δραστηριοποιείται μόνο στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου και θα παρέχει την πώληση των προϊόντων της αλλά και τις υπηρεσίες της διαδικτυακά. Μέσα από την ανάλυση την οποία θα ακολουθήσουμε, θα προσπαθήσουμε να δείξουμε ότι αν και υπάρχει μείωση στην παραγωγή των ασφαλιστρών, υπάρχουν πάντα τα περιθώρια για δραστηριοποίηση στον χώρο εταιριών οι οποίες παρέχουν καινοτόμες υπηρεσίες, δημιουργούν σταθερές συνεργασίες με αντασφαλιστικές εταιρίες οι οποίες είναι παγκόσμιοι κολοσσοί της ασφάλισης και οι οποίοι τους εξασφαλίζουν τα απαραίτητα αποθεματικά, καθώς επίσης θέτοντας ως βασικό τους σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων τους θα μπορούν να υποκαταστήσουν στον συγκεκριμένο κλάδο ασφάλισης, τους διαμεσολαβούντες μετακυλώντας την έκπτωση από την μη καταβολή προμηθειών, στους πελάτες τους.

Ο κύριος τρόπος πραγματοποίησης των ανωτέρω αποτελεί η επίτευξη του στόχου των πωλήσεων στις οποίες η Εταιρία μας θα πρέπει να εστιάσει δυναμικά προκειμένου να καταφέρει να αποδώσει τους στόχους της.

Η παραγωγή των επιθυμητών ασφαλιστρών, η οποία κινείται στα πλαίσια του απολύτως εφικτού, σε συνδυασμό με την διάρθρωση του χαρτοφυλακίου, το οποίο στην πλειονότητα του θα αποτελείται από νέους οικογενειάρχες οδηγούς με κάποια χρόνια εμπειρίας στην οδήγηση αυτοκινήτων, αποτελεί την βάση για την δημιουργία υγιούς εταιρίας η οποία θα καταφέρει να παραμείνει στον χώρο της ιδιωτικής ασφάλισης και να αντιμετωπίσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τον ανταγωνισμό των άλλων εταιριών.

Τα ανωτέρω αναλύονται στην κάτωθι διπλωματική εργασία με την μορφή της μελέτης σκοπιμότητας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

### **ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ**

## **1.1 ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Ο κύριος σκοπός του εν λόγω επενδυτικού σχεδίου αποτελεί το πώς θα αναδειχθεί μια πιθανή επενδυτική ευκαιρία προκειμένου να ιδρυθεί μια Ασφαλιστική Εταιρία, η DIRECT INSURANCE, η οποία θα δραστηριοποιηθεί στον χώρο ασφάλισης αυτοκινήτου μέσω του Διαδικτύου.

Η εν λόγω Εταιρία θα αποτελεί Ασφαλιστική Εταιρία Ευρωπαϊκών προδιαγραφών η οποία εκτός των άλλων θα έχει ως σκοπό της να αλλάξει την νοοτροπία των Ελλήνων ασφαλισμένων, σχετικά με τον τρόπο που λειτουργούν οι ασφαλιστικές εταιρίες. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού, αρωγός θα σταθεί η τεχνολογία στην οποία και θα βασιστεί σε σημαντικό βαθμό.

Κύριοι υποστηρικτές του εν λόγω εγχειρήματος είναι οι κύριοι Αντώνης Δημητρίου και Παναγιώτης Αλεξάνδρου. Ο κύριος Δημητρίου είναι Αναλογιστής ο οποίος έχει εργαστεί σε τμήματα Διαχείρισης Κινδύνων αλλά και Αναλογιστικά τμήματα Ασφαλιστικών Εταιριών, ενώ ο κύριος Παναγιώτης Αλεξάνδρου είναι κάτοχος τίτλου Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Διοίκηση Επιχειρήσεων με σημαντική εμπειρία στην συμβουλευτική επιχειρήσεων και στο ξεκίνημα νέων επιχειρήσεων “start up”.

Λόγω του υποχρεωτικού από την νομοθεσία χαρακτήρα που έχει η ασφάλιση αυτοκινήτων στην χώρα μας, καθίσταται ως ένας κλάδος ο οποίος διακατέχεται από μια δυναμική και δείχνει να αντέχει στην οικονομική κρίση. Επιπλέον η τάση που έχει διαμορφωθεί κατά τα τελευταία έτη στο να ιδρύονται Ασφαλιστικές Εταιρίες που προσφέρουν τα προϊόντα τους μέσω Διαδικτύου και η αποδοχή που έχουν τύχει από το καταναλωτικό κοινό, διαμορφώνουν μια θετική προοπτική και για νέα ξεκινήματα στον συγκεκριμένο χώρο και από νέες επιχειρήσεις.

Στην ανάλυση μας θα ασχοληθούμε με τις λεπτομέρειες και την μελέτη σκοπιμότητας για την ίδρυση μιας τέτοιας επιχείρησης στον Ελλαδικό χώρο.

## **1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Ο Τομέας της Ιδιωτικής Ασφάλισης βρίσκεται σε στάδιο αναδιαμόρφωσης της αγοράς. Οι συνέπειες της οικονομικής κρίσης έχουν αρχίσει να γίνονται αισθητές στις Ασφαλιστικές Εταιρίες αλλά και την αγορά εν γένει η οποία προσπαθεί να διατηρήσει

την παραγωγή ασφαλιστρών σε ικανοποιητικά επίπεδα παρόμοια με αυτά των περασμένων ετών, ενώ παράλληλα προσπαθεί να αυξήσει και την κερδοφορία της. Από την άλλη μεριά οι ασφαλισμένοι, έχοντας διανύσει τον τέταρτο συνεχόμενο χρόνο ύφεσης της οικονομίας καλούνται να υποστούν σημαντικές μειώσεις των εισοδημάτων τους μέσω της φορολογίας, με αποτέλεσμα να επιζητούν τις οικονομικότερες λύσεις και στον τομέα ασφάλισης του αυτοκινήτου τους οι οποίες όμως θα συνδυάζονται με φερέγγυες οικονομικά εταιρίες, που θα προσφέρουν ευέλικτα και σύγχρονα προϊόντα τα οποία θα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες τωρινές ανάγκες των ασφαλισμένων.

Στο σημείο αυτό είναι χρήσιμο να αναφερθούμε σε μερικούς χρήσιμους δείκτες της Ασφαλιστικής Αγοράς. Η συνολική παραγωγή του κλάδου ασφάλισης αυτοκινήτων αντιστοιχεί σε 1,84 δισεκατομμύρια Ευρώ, ποσοστό που αποτελεί το 37% επί της συνολικής παραγωγής της αγοράς, ήτοι 5 δισεκατομμύρια Ευρώ. Ο συνολικός στόλος των ασφαλισμένων αυτοκινήτων ανέρχεται σε 4,9 εκατομμύρια με τα επιβατικά – ταξί οχήματα να αποτελούν το 71% περίπου. Η συχνότητα ζημιών του κλάδου διαμορφώνεται στο 10,7% ενώ ο δείκτης Ζημιών (Loss Ratio) στο 60,9%, δείκτες οι οποίοι αποδεικνύουν σημαντικά περιθώρια κερδοφορίας (συνήθως ο δείκτης ζημιών μιας εταιρίας όταν είναι χαμηλότερος από το 100% δείχνει κερδοφορία καθώς οι Εταιρίες εισπράττουν περισσότερα από αυτά που χρειάζεται να καταβάλουν ως αποζημιώσεις).

Στην ανάλυση που θα ακολουθήσει, καθώς η Εταιρία μας θα δραστηριοποιηθεί στον χώρο της Διαδικτυακής Ασφάλισης χρήσιμο είναι να γίνει αναφορά και στον χώρο του Internet στην Ελλάδα. Ως εκ τούτου στην χώρα μας το συνολικό ποσοστό χρηστών του Διαδικτύου ανέρχεται σε 49%, ποσοστό που υπολείπεται σημαντικά από τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες, όπου σε μερικές περιπτώσεις αγγίζει το 90%. Όσον αφορά το ποσοστό των χρηστών οι οποίοι πραγματοποιούν τις αγορές τους μέσω Διαδικτύου αυτό ανέρχεται σε ποσοστό 12% με μέση ετήσια αύξηση 27%. Ο συγκεκριμένος δείκτης είναι πολύ σημαντικός καθώς δείχνει την αυξητική τάση των χρηστών να πραγματοποιούν διαδικτυακές αγορές, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για μια νέα αγορά ειδικά στον ασφαλιστικό χώρο ο οποίος αυτήν την στιγμή είναι στα σπάργανα ανάπτυξης της Διαδικτυακής Ασφάλισης.

Λαμβάνοντας υπόψη μας τα ανωτέρω αναφορικά με το επενδυτικό μας εγχείρημα, ο αρχικός στόχος της επιχείρησης θα είναι να μπορέσει να διεισδύσει στην αγορά αποσπώντας ένα σημαντικό μερίδιο αυτής, όπου σε συνδυασμό με το χαμηλό λειτουργικό κόστος αλλά και το ευέλικτο σχήμα της εταιρίας το οποίο θα απαιτείται

από μικρό αριθμό προσωπικού και θα στηρίζεται κυρίως στην τεχνολογία, θα καταφέρει να την εδραιώσει και να την καθιερώσει στην συνείδηση των ασφαλισμένων ως μια εταιρία φερέγγυα και αξιόπιστη η οποία θα μπορέσει να αλλάξει το χάρτη της αγοράς και πιο συγκεκριμένα της Διαδικτυακής Ασφάλισης χωρίς την διαμεσολάβηση ασφαλιστικών συμβούλων. Προκειμένου να καταφέρει την επίτευξη των στόχων της για υψηλές πωλήσεις και εδραίωση στην αγορά η εταιρία θα πρέπει να επιλέξει την Στρατηγική Εστίασης με βάση το κόστος σε συνδυασμό με την Δημιουργία καλής φήμης, καθώς αυτό είναι ουσιαστικά το ζητούμενο για πετυχημένες πωλήσεις και ευχαριστημένους πελάτες. Η προώθηση των πωλήσεων θα πραγματοποιηθεί με Διαφήμιση στο Διαδίκτυο, στον περιοδικό τύπο και σε εφημερίδες καθώς επίσης και μέσω της εταιρικής ιστοσελίδας καθώς απευθύνεται σε κοινό το οποίο είναι εξοικειωμένο με τις τεχνολογίες και το Διαδίκτυο και προτίθενται να αγοράσει ασφαλιστικές υπηρεσίες μέσω αυτών.

### **1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Η DIRECT INSURANCE είναι εταιρία παροχής υπηρεσιών, ως εκ τούτου οι πρώτες ύλες αλλά και τα απαιτούμενα εφόδια συνίστανται ουσιαστικά στην δημιουργία βάσης στατιστικών δεδομένων για τον χειρισμό του πελατολογίου καθώς και στα αναλώσιμα γραφικής ύλης, ηλεκτρονικών υπολογιστών και μηχανημάτων γραφείου.

### **1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση είναι κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία αυτής καθώς οι συναλλαγές θα πραγματοποιούνται διαδικτυακά και η επιχείρηση δεν θα χρησιμοποιεί άλλα κανάλια προώθησης των πωλήσεων της. Ως εκ τούτου τα τεχνολογικά και μηχανολογικά μέσα αυτής θα είναι τα κύρια εργαλεία που η επιχείρηση θα χρησιμοποιεί για να διαφημίζει τα προϊόντα της, να επιτρέπει στους υποψήφιους πελάτες να καταρτίζουν μόνοι τους τις προσφορές ασφάλισης, να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της, αλλά και να εισπράττει τα ασφάλιστρα από τους ασφαλισμένους. Η ιστοσελίδα της, θα είναι η εικόνα της επιχείρησης και ως εκ τούτου οι επενδύσεις σε τεχνολογίες οι οποίες θα μπορέσουν να στηρίξουν τις ανωτέρω λειτουργίες, είναι ζωτικής σημασίας για την ορθή και απρόσκοπτη λειτουργία της Εταιρίας.

Επιπλέον, τα μηχανήματα τα οποία θα χρησιμοποιούνται για εκτύπωση συμβολαίων, για τηλεφωνικές συνδιαλέξεις και για την εν γένει λειτουργία της, θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας και ταχύτητας προκειμένου να εξασφαλίζουν εκείνη την ποιότητα υπηρεσιών που η εταιρία επιθυμεί να παρέχει προς τους ασφαλισμένους της.

## **1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

Η οργάνωση της μονάδας είναι πολύ σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία της εταιρίας καθώς αποτελεί την βάση στην οποία στηρίζεται αυτή ενώ παράλληλα γίνεται ο διαχωρισμός ευθυνών ανάμεσα στο ανθρώπινο δυναμικό. Μέσα από την οργάνωση της μονάδας δημιουργούνται τα τμήματα της Εταιρίας στα οποία ανήκει το προσωπικό και καθορίζονται τα καθήκοντα εργασίας που έχει ο κάθε εργαζόμενος. Στην περίπτωση μας θα δημιουργηθούν οι εξής οργανωσιακές μονάδες:

Διεύθυνση Μονάδας, Τμήμα Μάρκετινγκ, Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών, Τμήμα Ζημιών, Τμήμα Μηχανογράφησης, Τμήμα Οικονομικού Προγραμματισμού.

Όσον αφορά το τμήμα των Γενικών Εξόδων, αυτά αναφέρονται στα έξοδα εκείνα τα οποία δεν μπορούν να επιβαρύνουν απευθείας όλα τα άλλα κόστη. Σχετική ανάλυση αυτών θα γίνει στο κεφάλαιο 6 που σχετίζεται με αυτά.

## **1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ**

Η στελέχωση της Εταιρίας θα πραγματοποιηθεί με στελέχη τα οποία στις νευραλγικές θέσεις θα χαρακτηρίζονται από αξιόλογη εμπειρία στον ασφαλιστικό χώρο του αυτοκινήτου, προκειμένου να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις και τις ευθύνες των αντίστοιχων θέσεων. Όσον αφορά το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και τις πιο χαμηλόβαθμες θέσεις σε διάφορα τμήματα, μπορούν να στελεχωθούν με εργαζόμενους οι οποίοι δεν διαθέτουν προγενέστερη εμπειρία στον ασφαλιστικό χώρο προκειμένου να συγκρατηθεί το εργασιακό κόστος. Για τους εργαζόμενους αυτούς η Εταιρία θα προχωρήσει σε εκπαιδεύσεις που σχετίζονται με το αντικείμενο εργασίας τους προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν στα καθήκοντα εργασίας τους.

Οι εργαζόμενοι θα αμείβονται σύμφωνα με όσα προβλέπονται στις συλλογικές συμβάσεις εργασίας, ενώ θα προβλέπονται και πριμ αποδοτικότητας όταν η Εταιρία

καταφέρνει να πετυχαίνει τους στόχους που έχουν τεθεί. Επίσης θα παρέχονται οι προβλεπόμενες ετήσιες άδειες, οι άδειες ασθένειας, τα προβλεπόμενα επιδόματα καθώς επίσης και η κοινωνική ασφάλιση των εργαζόμενων.

## **1.7. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Η επιλογή της τοποθεσίας δεν βασίστηκε στην ανάλυση τοποθεσιών οι οποίες ανάλογα με διάφορα κριτήρια βαθμιαία μειώνονται μέχρι να καταλήξουμε σε μια από αυτές. Αντιθέτως η τοποθεσία προτείνεται εξ αρχής από τους ιδύνοντες της Εταιρίας οι οποίοι θεωρούν ότι η περιοχή του Αμαρουσίου Αττικής μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας τέτοιου τύπου επιχείρησης, καθώς είναι πολύ καλά προσβάσιμη μέσω των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, είναι περιοχή με κύρος, ενώ παράλληλα οι μειώσεις στην ενοικίαση των επαγγελματικών χώρων την καθιστούν ελκυστική ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

## **1.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ**

Προκειμένου να προβούμε στην εκτέλεση του εν λόγω έργου θα πρέπει να προηγηθεί ο προγραμματισμός αυτού και ο κατακερματισμός του σε διάφορα στάδια. Τα στάδια αυτά θα επιβλέπονται από τους ιδύνοντες της Εταιρίας σε συνδυασμό με τους υπεύθυνους των τμημάτων οι οποίοι και θα παρακολουθούν εξίσου από κοντά τις εργασίες κατασκευής και διαμόρφωσης αυτής. Οι εργασίες «στησίματος» της επιχείρησης δεν θα είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους αλλά αντιθέτως θα υπάρχει αλληλεξάρτηση αυτών και ταυτόχρονος προγραμματισμός τους. Αναλυτική παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του εν λόγω έργου θα παρουσιαστεί στο ένατο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης, ενώ να σημειωθεί ότι η συνολική χρονική διάρκεια από την στιγμή που θα ξεκινήσουν οι προπαρασκευαστικές ενέργειες για τον εν λόγω εγχείρημα, μέχρι την στιγμή που θα ξεκινήσει η λειτουργία της θα διαμορφωθεί σε 19 μήνες.

## **1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Στο τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης θα παρουσιάσουμε τα Χρηματοοικονομικά στοιχεία τα οποία σχετίζονται με την εν λόγω επένδυση και μέσα



από πίνακες και αριθμητικά δεδομένα, θα αποδείξουμε ότι εφόσον η επιχείρηση καταφέρει να πετύχει τις πωλήσεις τις τότε ο σχεδιασμός και τα κόστη της επιχείρησης είναι τέτοια που θα καταστήσουν την εταιρία σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα κερδοφόρα, επιστρέφοντας σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα στους μετόχους και τους επενδυτές της τα επενδυμένα κεφάλαια τους αλλά και κέρδη τα οποία θα προσδώσουν σημαντική υπεραξία για αυτούς.

Είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί ότι η προσπάθεια των ανθρώπων που έχουν συλλάβει την ιδέα για το συγκεκριμένο επενδυτικό εγχείρημα, έγκειται στο να καταφέρουν να δημιουργήσουν έναν οργανισμό ο οποίος θα συνδυάζει ισχυρή κεφαλαιακή επάρκεια προκειμένου να ανταποκριθεί στις αποζημιώσεις προς τους πελάτες του αλλά παράλληλα θα καταφέρει να συγκρατήσει τα λειτουργικά κόστη και να δημιουργήσει κέρδη, τα οποία θα έρθουν σε σύντομο χρονικό διάστημα με την αύξηση των πωλήσεων και της κερδοφορίας παράλληλα. Παρόλο που η εταιρία θα δραστηριοποιηθεί μόνο στον κλάδο αυτοκινήτου, με τους κατάλληλους σχεδιασμούς έχει την δυνατότητα να καταστεί σύντομα κερδοφόρα και να εδραιωθεί μέσα στον Ασφαλιστικό χώρο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

## 2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Σύμφωνα με την θεωρία της οικονομικής ανάγκης, «ασφάλιση είναι η βασισμένη στην αμοιβαιότητα οικονομική οργάνωση για την κάλυψη τυχαίας και αποτιμητής σε χρήμα οικονομικής ανάγκης». Ως εκ τούτου τα στοιχεία της οικονομικής οργάνωσης και της αμοιβαιότητας θεωρούνται πρωταρχικά στην ασφαλιστική τεχνική, προκειμένου να υπάρξει αντιμετώπιση του κινδύνου, δηλαδή της δυνατότητας να επέλθει κάποιο γεγονός το οποίο σαν συνέπεια του θα έχει ή την μείωση της περιουσίας κάποιου προσώπου ή την ανάγκη αυξήσεως της προκειμένου να αντιμετωπιστεί κάποια έκτακτη οικονομική ανάγκη.

Στην Ελλάδα η Ιδιωτική Ασφάλιση αποτελεί οικονομικό θεσμό ο οποίος εκτός από την καθοριστική σημασία του στην Ελληνική οικονομία, παρέχει πολλαπλά οφέλη και στην κοινωνία αποκαθιστώντας ζημιές και αναλαμβάνοντας ρίσκα τα οποία λόγω της φύσης τους αλλά και τις υψηλής δαπάνης τους, θα ήταν πολύ δύσκολο να αναληφθούν από τα άτομα με μεμονωμένη πρωτοβουλία.

Η δραστηριοποίηση των Ασφαλιστικών Εταιριών στην Ελλάδα πραγματοποιείται μέσω των κλάδων Ζωής, με τα Νοσοκομειακά & Συνταξιοδοτικά Προγράμματα καθώς και τις Ασφαλίσεις Ζωής, όπως επίσης και μέσω των Κλάδων Γενικών Ασφαλίσεων που περιλαμβάνουν τον κλάδο Αστικής Ευθύνης Αυτοκινήτου, Υλικών Ζημιών Περιουσίας, Μεταφορών, Σκαφών, Γενικής Αστικής Ευθύνης κλπ.

Ένας πολύ σημαντικός από την φύση του κλάδος είναι αυτός της Ασφάλισης Οχημάτων. Η ασφάλιση των αυτοκινήτων για Αστική Ευθύνη έναντι Τρίτων είναι υποχρεωτική από την νομοθεσία (Ν.Δ. 400 / 70) και όλοι οι οδηγοί και κάτοχοι αυτών είναι υποχρεωμένοι να συνάψουν σχετικό Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο, προκειμένου να προστατευθούν έναντι πιθανών αξιώσεων τρίτων σε περίπτωση επέλευσης τροχαίου ατυχήματος. Ως εκ τούτου και με δεδομένο του ότι σε κάθε σχεδόν οικογένεια υπάρχει τουλάχιστον ένα όχημα, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τις Εταιρίες να αναπτύξουν το χαρτοφυλάκιο τους και με την εφαρμογή των κατάλληλων τεχνικών τιμολόγησης να καταφέρουν να πετύχουν την απαιτούμενη κερδοφορία.

Οι Ασφαλιστικές Εταιρίες με τα εργαλεία τιμολόγησης τα οποία διαθέτουν και εφαρμόζοντας τις κατάλληλες στατιστικές και αναλογιστικές πρακτικές, έχουν εστιάσει το ενδιαφέρον τους στον εν λόγω κλάδο ο οποίος έχει αποδειχθεί ότι μπορεί να

οδηγήσει σε υψηλά ποσοστά κέρδους και να υποβοηθήσει τις Εταιρίες στην προσπάθεια συγκέντρωσης των απαιτούμενων αποθεματικών κεφαλαίων.

Ως εκ τούτου και λόγω της ανάπτυξης που γνωρίζει ο κλάδος Ασφάλισης Αυτοκινήτου, τα τελευταία 4 χρόνια στην Ελλάδα δημιουργήθηκαν νέες Εταιρίες οι οποίες εστιάζουν κυρίως στην ασφάλιση οχημάτων μέσω του Διαδικτύου, ανταγωνιζόμενες τις ήδη υφιστάμενες Ασφαλιστικές Εταιρίες αλλά και μεταξύ τους προκειμένου να αποσπάσουν μερίδια από την αγορά. Οι εταιρίες αυτές αποσκοπούν στην ασφάλιση οχημάτων ηλεκτρονικά μέσω διαδικτύου, χωρίς την ύπαρξη μεσαζόντων στην ασφάλιση (ασφαλιστές, διαμεσολαβούντες), αλλά αποκλειστικά και μόνο μέσα από τον ηλεκτρονικό τους ιστότοπο (sites) στον οποίο έχουν ενσωματώσει εργαλεία και παραμέτρους τιμολόγησης όπου ο κάθε χρήστης – υποψήφιος πελάτης – έχει την ευχέρεια, απαντώντας σε συγκεκριμένες ερωτήσεις που έχουν σχέση με το προφίλ του ως οδηγό αλλά και με το όχημα του να λάβει προσφορά ασφάλισης και να προχωρήσει απευθείας στην σύναψη Ασφαλιστηρίου Συμβολαίου εφόσον το επιθυμεί.

Παρόλο που ο κλάδος Ιδιωτικής Ασφάλισης στην Ελλάδα γνωρίζει συρρίκνωση καθώς οι Ασφαλιστικές Εταιρίες καλούνται να ανταπεξέλθουν στην Ευρωπαϊκή Νομοθεσία (SOLVENCY II) αυξάνοντας κατά πολύ τα απαιτούμενα ποσά φερεγγυότητας, με αποτέλεσμα κάποιες (ειδικά από τις λεγόμενες “μικρές”) Εταιρίες να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν και να απειλούνται με παύση των δραστηριοτήτων τους, η ασφάλιση Ζημιών Αυτοκινήτων αποτελεί κλάδο ο οποίος αντέχει στην ύφεση καθώς είναι υποχρεωτικός από τον νόμο.

Μέσα σ’ αυτό το πλαίσιο και τα καινούργια δεδομένα τα οποία δημιουργούνται στον χώρο ασφάλισης του αυτοκινήτου, θεωρήθηκε σκόπιμη η μελέτη σκοπιμότητας για την ίδρυση της DIRECT INSURANCE Ασφαλιστικής Εταιρίας με αντικείμενο την Ασφάλιση αποκλειστικά μέσω του Διαδικτύου Επιβατικών Οχημάτων Ιδιωτικής Χρήσης μόνο για τον Νομό Αττικής. Η εν λόγω εταιρία θα πραγματοποιεί τις εργασίες της αποκλειστικά και μόνο μέσω του Διαδικτύου, ενώ δεν θα συνεργάζεται με ασφαλιστές προκειμένου με αυτόν τον τρόπο να μετακυλύει το όφελος από την μη καταβολή προμηθειών στον πελάτη.

Το προσωπικό με το οποίο θα στελεχωθεί η Εταιρία θα έχει ως στόχο του την επίτευξη των κάτωθι:

- Την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών με σκοπό την δημιουργία νέας φιλοσοφίας στον καταναλωτή για την λειτουργία των Ασφαλιστικών Εταιριών.

- Την τήρηση συγκεκριμένων χρονοδιαγραμμάτων τα οποία σχετίζονται με την λειτουργία της Εταιρίας (π.χ. ανταπόκριση σε τηλεφωνική επικοινωνία με πελάτη, άνοιγμα φακέλου ζημιάς, αποζημίωση παθόντα κλπ)
- Άριστη γνώση των προϊόντων της Εταιρίας και παροχή τεχνικών συμβουλών προς τους πελάτες με σκοπό να μην είναι αισθητή η απουσία του προσωπικού Ασφαλιστικού Συμβούλου.

## **2.2. ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Ο σκοπός του επενδυτικού σχεδίου είναι να εξετάσει τυχόν δυνατότητα επενδυτικής ευκαιρίας για την ίδρυση Ασφαλιστικής Εταιρίας με αντικείμενο την ασφάλιση αποκλειστικά μέσω του Διαδικτύου επιβατικών Ι.Χ. Οχημάτων για τον Νομό Αττικής. Οι επιχειρηματίες και υποστηρικτές του εν λόγω εγχειρήματος, επιθυμούν να δημιουργήσουν μια σύγχρονη Ευρωπαϊκών προδιαγραφών Ασφαλιστική Εταιρία η οποία θα παράγει υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών υπηρεσίες δίνοντας έμφαση στην τεχνολογία που θα διέπει την λειτουργία της επιχειρηματικής μονάδας, προσδοκώντας να αλλάξουν την νοοτροπία του κόσμου για τον τρόπο λειτουργίας των Ασφαλιστικών Εταιριών.

Γι' αυτόν τον λόγο και προκειμένου να οργανώσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την βάση δεδομένων με την οποία θα δουλεύουν και θα διαμορφώνουν την τιμολογιακή πολιτική της Εταιρίας, επιλέχθηκε αρχικά η ασφάλιση μόνο επιβατικών οχημάτων (όχι Φορτηγών Ιδιωτικής ή Δημόσιας Χρήσης, TAXI, πολυτελείας) και μόνο για τον νόμο Αττικής, ο οποίος συγκεντρώνει σχεδόν το ήμισυ του στόλου αυτοκινήτων της χώρας.

Ο βασικός στόχος του επενδυτικού σχεδίου είναι η κατάκτηση ενός σημαντικού μεριδίου της εγχώριας αγοράς Ασφάλισης Αυτοκινήτου. Η εταιρία φιλοδοξεί να κατακτήσει μερίδιο αγοράς της τάξεως του 2% της συνολικής αγοράς, που αντιστοιχεί σε πωλήσεις 60 εκατομμυρίων Ευρώ περίπου. Ο ανωτέρω στόχος θα επιτευχθεί με την προβολή της οικονομικής φερεγγυότητας της επιχείρησης, των ισχυρών συνεργασιών με εταιρίες κολοσσούς της αγοράς σε τεχνικό επίπεδο αλλά και σε θέματα Οδικής Βοήθειας και Νομικής προστασίας, αλλά και της άριστης εξυπηρέτησης του πελάτη.

Ως τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης επιλέχθηκε να είναι το Μαρούσι Αττικής, κατόπιν ανάλυσης παραμέτρων οι οποίες θα αναπτυχθούν στο Κεφάλαιο 8.

## **2.3 ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΙΔΡΥΤΕΣ**

Ως κύριοι υποστηρικτές του επενδυτικού σχεδίου είναι οι κύριοι Αντώνιος Δημητρίου, Αναλογιστής και κάτοχος Master στα Χρηματοοικονομικά και την Διαχείριση Κινδύνων από το Πανεπιστήμιο CITY του Λονδίνου, ο οποίος έχει εργαστεί σε τμήματα Risk Management επενδυτικών οίκων του εξωτερικού και σε αναλογιστικά τμήματα Ασφαλιστικών Εταιριών καθώς επίσης και ο Κος Παναγιώτης Αλεξάνδρου, Οικονομολόγος και κάτοχος MBA από το πανεπιστήμιο LSE, απόφοιτος του Οικονομικού Πανεπιστημίου του Λονδίνου με σημαντική εμπειρία σε συμβουλευτική επιχειρήσεων και μεγάλη εμπειρία στο «στήσιμο» νέων εταιριών (start up).

Και οι δύο έχουν εργαστεί σε τμήματα Ασφαλιστικών Εταιριών σχετικά με τον Αναλογισμό και την διοίκηση μιας Ασφαλιστικής εταιρίας και είναι γνώστες της διεθνούς αλλά και της Ελληνικής πραγματικότητας αναφορικά με τον τομέα της ιδιωτικής ασφάλισης, με αποτέλεσμα να κρίνονται ως απολύτως ικανοί για να αναλάβουν την Διοίκηση της Εταιρίας και να επιλέξουν τα στελέχη εκείνα τα οποία θα αναλάβουν την στελέχωση των τμημάτων, διασφαλίζοντας έτσι τις προοπτικές ανάπτυξης της Εταιρίας και της εύρυθμη λειτουργία αυτής.

Οι ανωτέρω προκειμένου να αναζητήσουν χρηματοδότηση για το επενδυτικό τους σχέδιο και με δεδομένο ότι η δημιουργία μιας Ασφαλιστικής εταιρίας στην Ελλάδα απαιτεί κεφάλαια της τάξης των 15 με 20 εκατομμυρίων Ευρώ, ποσό το οποίο αποτελεί ιδιαίτερο παράγοντα για την δημιουργία μιας τέτοιας Εταιρίας, θα απευθυνθούν σε πλειάδα επιφανών επιχειρηματιών καθώς και hedge funds. Η εύρεση του ανωτέρω ποσού είναι ιδιαίτερα σημαντική προκειμένου να δοθεί και η σχετική άδεια από την Επιτροπή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης της Τράπεζας της Ελλάδος.

## **2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Οι υποστηρικτές του επενδυτικού σχεδίου εκδήλωσαν το ενδιαφέρον τους για να ερευνήσουν αν μια τέτοια επιχειρηματική κίνηση θα μπορούσε να σταθεί βιώσιμη τον Σεπτέμβριο του 2010, χρονιά κατά την οποία η κρίση είχε κορυφωθεί στην Ελλάδα και

παρόλο που οι οικονομικοπολιτικές συνθήκες ήταν αρκετά ρευστές, θεωρούν ότι είναι εντούτοις κατάλληλες για ένα τέτοιο εγχείρημα. Ως εκ τούτου ανέθεσαν στην εταιρεία Group Consulting, την εκπόνηση μελέτης η οποία ολοκληρώθηκε τον Σεπτέμβριο του 2011 και η οποία αποτύπωνε θετικό αποτέλεσμα για την έναρξη του επιχειρηματικού τους σχεδίου.

## 2.5 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Η παρούσα μελέτη εκπονήθηκε από την εταιρία Group Consulting , κατόπιν αιτήματος των ιδρυτών της Εταιρίας. Το κόστος εκπόνησης της ακολουθεί κατωτέρω.

## 2.6 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Για την εκπόνηση της μελέτης, βάσει υπολογισμών, θα χρειαστούν περίπου 9 μήνες εργασίας και το κόστος της θα ανέλθει περίπου στο ποσό των Ευρώ 20.000. Να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι δεν κρίθηκε απαραίτητη η εκπόνηση προμελέτης σκοπιμότητας.

Το συνολικό κόστος της μελέτης καθώς επίσης και τα επιμέρους έξοδα που χρειάζονται να πραγματοποιηθούν, παρουσιάζονται αναλυτικά στον κάτωθι πίνακα:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1.

Κόστος Προ επενδυτικών Μελετών

	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Έρευνα Αγοράς και Marketing	€ 3.000
2	Συνολικό κόστος προεπενδυτικών μελετών	€ 5.000
3	Ταξίδια	€ 1.000
4	Μελέτη Συστημάτων	€ 3.000
5	Μελέτη Σκοπιμότητας	€ 5.000
6	Διάφορα άλλα έξοδα	€ 3.000
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>€ 20.000</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**



### 3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Με τον όρο Αγορά, εννοούμε όλα εκείνα τα μέσα με τα οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί μια αγοραπωλησία και όλους τους σχετικούς χώρους χωρίς γεωγραφικό περιορισμό.

Όμως αν θα θέλαμε να δώσουμε μια πιο τεχνοκρατική ερμηνεία, η έννοια Αγορά περιλαμβάνει ένα σύνολο από θεσμούς και κανόνες μέσω των οποίων μπορούν να πραγματοποιηθούν συναλλαγές με την χρήση χρημάτων. Ένα από τα είδη των Αγορών που υφίστανται είναι και η Ασφαλιστική Αγορά.

Όπως και σε κάθε σχεδόν αγορά η ζήτηση και η προσφορά είναι οι δύο δυνάμεις που την προσδιορίζουν. Από την μια πλευρά υπάρχουν οι καταναλωτές – ασφαλισμένοι, οι οποίοι επιζητούν να ικανοποιήσουν τις ασφαλιστικές τους ανάγκες επιλέγοντας το κατάλληλο, ανάλογα με την εκάστοτε ανάγκη ασφαλιστικό προϊόν και από την άλλη οι Ασφαλιστικές Εταιρίες, οι οποίες προσφέρουν μια γκάμα προϊόντων προσπαθώντας να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο τους πελάτες τους. Επομένως παρατηρούμε ότι οι επιθυμίες των ασφαλισμένων, το είδος της προσφοράς και το μέγεθος της ζήτησης καθώς επίσης και η διαμόρφωση του κόστους ασφάλισης για την Εταιρία σε περίπτωση επέλευσης ζημιογόνου γεγονότος (αποζημιώσεις προς ασφαλισμένους), είναι ουσιαστικά οι παράγοντες με τον σημαντικότερο ρόλο καθώς αυτοί θα διαμορφώσουν την τελική τιμή του ασφαλιστικού προϊόντος.

Η Ασφαλιστική Αγορά μπορεί να θεωρηθεί ως μια ενιαία αγορά, η οποία όμως κατακερματίζεται λόγω της φύσης των κινδύνων σε διαφορετικούς κλάδους, όπως οι κλάδοι Ασφάλισης Αστικής Ευθύνης και Υλικών Ζημιών Αυτοκινήτου, Υλικών Ζημιών Περιουσίας, Μεταφορών, Σκαφών, Πλοίων, Χρημάτων, Γενικής Αστικής Ευθύνης κλπ. Το γεγονός του κατακερματισμού της Αγοράς καθιστά τους μηχανισμούς λειτουργίας της προσαρμόσιμους ανά κλάδο και την ανάλυση της από τις Ασφαλιστικές Εταιρίες, να πραγματοποιείται ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς και την εν γένει οικονομική κατάσταση, προσπαθώντας κάθε φορά να αναδιαμορφώνουν την τιμολογιακή τους πολιτική αλλά και την πολιτική ανάληψης κινδύνων προκειμένου να εξισορροπούν τις απώλειες ασφαλιστρών από έναν κλάδο μέσω του κέρδους από κάποιον άλλο.

Για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης θα θεωρήσουμε ότι η Αγορά μας αφορά τον Κλάδο Ασφάλισης Αυτοκινήτου και σε αυτόν θα επικεντρώσουμε το ενδιαφέρον μας.

## 3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

### 3.2.1 Δομή & Διάρθρωση του Κλάδου

Ο κλάδος Ασφάλισης Αυτοκινήτου αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους δραστηριοποίησης στην Ελληνική Ασφαλιστική Αγορά με συμμετοχή σε αυτόν 31 ασφαλιστικών επιχειρήσεων κατά το έτος 2011. Κατά το έτος 2011, ο κλάδος αυτοκινήτου πραγματοποίησε παραγωγή ασφαλίσεων 1,84 δισεκατομμύρια Ευρώ που αντιστοιχεί στο 37% του συνόλου της παραγωγής ασφαλίσεων (Ζωής και Ζημιών) και κατέβαλε αποζημιώσεις που ανήλθαν στο ποσό των Ευρώ 830 εκατομμυρίων. Πρόκειται για έναν πολύ σημαντικό τομέα ασφάλισης με ουσιαστική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, καθώς κατά το έτος 2011 η συνολική παραγωγή πρωτασφαλίσεων (ασφάλιστρα για τα οποία δεν δόθηκαν χρήματα σε αντασφαλιστικές εργασίες και επομένως παρέμειναν στον Ενεργητικό των Ασφαλιστικών επιχειρήσεων) σε Ασφαλίσεις κατά Ζημιών ήταν Ευρώ 2,82 δισεκατομμύρια εκ των οποίων τα Ευρώ 1,84 δισεκατομμύρια προήλθαν από τον Κλάδο Αυτοκινήτων, ποσοστό 65,3% της παραγωγής ασφαλίσεων των κλάδων Ασφαλίσεων κατά ζημιών.

Από τα ανωτέρω προκύπτει η σημασία του εν λόγω κλάδου στην σημαντική ενίσχυση του Ασφαλιστικού χώρου από πλευράς εσόδων αλλά και η συνεισφορά του σε κοινωνικό επίπεδο, καθώς οι αποζημιώσεις που δόθηκαν για τροχαία ατυχήματα το έτος 2011 (ανήλθαν σε Ευρώ 830 εκατομμύρια) καταδεικνύουν την αναγκαιότητα και την ουσιαστική του συμμετοχή για την ομαλή συνέχιση της κοινωνικής δραστηριότητας στους παθόντες των ατυχημάτων.

Ο Κλάδος Ασφάλισης Αυτοκινήτου χωρίζεται στον κλάδο Αστικής Ευθύνης Χερσαίων Οχημάτων και στον κλάδο Χερσαίων Οχημάτων. Αναφορικά με τον κλάδο Αστικής Ευθύνης Χερσαίων Οχημάτων πρέπει να τονιστεί ότι είναι αυτός με τον μεγαλύτερο όγκο εργασιών καθώς η κάλυψη της Αστικής Ευθύνης Οχημάτων είναι υποχρεωτική από την νομοθεσία και όλοι οι οδηγοί και κάτοχοι αυτοκινήτου θα πρέπει να διαθέτουν Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο Αστικής Ευθύνης Αυτοκινήτου έναντι τρίτων, έτσι ώστε σε περίπτωση που προκαλέσουν Υλικές ζημιές ή Σωματικές Βλάβες σε κάποιον τρίτο, να μπορέσουν να τον αποζημιώσουν μέσω της Ασφαλιστικής τους Εταιρίας.

Ο κλάδος των Χερσαίων Οχημάτων συμπεριλαμβάνει την κάλυψη της Αστικής Ευθύνης Οχημάτων αλλά περιέχει επίσης και ένα πλήθος από άλλες καλύψεις, όπως η

κλοπή, η πυρκαγιά, τα καιρικά φαινόμενα, οι τρομοκρατικές ενέργειες, η θραύση κρυστάλλων, η οδική βοήθεια κ.α. Λόγω της σημαντικής επιβάρυνσης των ασφαλιστρών η δεύτερη κατηγορία ως όγκος ασφαλιστρών είναι σημαντικά χαμηλότερη από την πρώτη, η οποία προτιμάται κυρίως λόγω του υποχρεωτικού χαρακτήρα της από την νομοθεσία.

Σημαντική επίδραση στον χώρο Ασφάλισης Αυτοκινήτου ασκείται από το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον, οι διακυμάνσεις του οποίου επηρεάζουν σημαντικά και την ασφάλιση αυτοκινήτων. Είναι χαρακτηριστικό ότι με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης το 2008 και την σημαντική μείωση στις πωλήσεις αυτοκινήτων ως επακόλουθο αυτής, υπήρξε αντίστοιχα μείωση και στην παραγωγή ασφαλιστρών στον κλάδο Αυτοκινήτου. Επίσης πολλοί κάτοχοι οχημάτων λόγω του υψηλού κόστους συντήρησης αυτών, προχώρησαν σε πλήρη ακινητοποίηση των οχημάτων τους ενώ σημαντικός αριθμός οδηγών παραμένουν ανασφάλιστοι λόγω της αδυναμίας που έχουν στο να ανταποκριθούν στο κόστος ασφάλισης τους, αναλαμβάνοντας οι ίδιοι το κόστος αποζημίωσης σε περίπτωση που προκαλέσουν κάποιο ατύχημα.

Οι ανωτέρω παράγοντες είναι μερικοί μόνο από εκείνους οι οποίοι κατευθύνουν τις Εταιρίες σε αναδιαμόρφωση της επιχειρησιακής στρατηγικής αλλά και της τιμολογιακής πολιτικής τους, προκειμένου να καταφέρουν να διατηρήσουν και να αυξήσουν τα μερίδια αγοράς τους. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της Αγοράς Ασφάλισης Χερσαίων οχημάτων αποτελεί ο υποχρεωτικός από την νομοθεσία χαρακτήρας που έχει, με αποτέλεσμα ειδικά την τελευταία πενταετία οι Ασφαλιστικές Εταιρίες να έχουν στρέψει την προσοχή τους σε αυτόν και εφαρμόζοντας παραμετρικές μεθόδους τιμολόγησης με την χρήση στατιστικών εργαλείων, να προσδοκούν στο να αποκομίσουν σημαντικά θετικά αποτελέσματα και αύξηση του ρυθμού πωλήσεων.

### **3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ**

#### **3.3.1 Η Εγχώρια Αγορά Ασφάλισης Αυτοκινήτων**

Ο κλάδος Ασφάλισης Αυτοκινήτου αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους ασφάλισης στην Ελλάδα, με την δραστηριοποίηση σε αυτόν 31 εταιριών το έτος 2011 και με συνολική παραγωγή ασφαλιστρών Ευρώ 1,84 δισεκατομμυρίων. Η μεγαλύτερη, σε όγκο ασφαλιστρών, κάλυψη των αυτοκινήτων είναι της αστικής ευθύνης έναντι τρίτων, με παραγωγή ασφαλιστρών Ευρώ 1,49 δισεκατομμυρίων το 2011.

Οι σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες της κάλυψης Αστικής Ευθύνης Οχημάτων, είναι:

**Πίνακας 3.1:** Δείκτες Αστικής Ευθύνης Οχημάτων

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	2011	2010
<b>Ιδία κράτηση ασφαλιστρων</b>	87,5%	91,6%
<b>Κόστος πρόσκτησης ασφαλιστικών εργασιών</b>	19,5%	19,2%
<b>Δικαίωμα Συμβολαίου / Εγγεγραμμένα ασφάλιστρα</b>	25,3%	25,1%
<b>Δείκτης Ζημιών</b>	62,4%	69,8%
<b>Εκκρεμείς ζημιές / Παραγωγή ασφαλιστρων</b>	144,2%	122,1%

### 3.3.2. Χρηματοοικονομική Εικόνα Κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτων

Κατά το έτος 2011 οι Ασφαλιστικές Εταιρίες που δραστηριοποιήθηκαν στον κλάδο Ασφάλισης Αυτοκινήτου ανήλθαν σε 31, με συνολική παραγωγή ασφαλιστρων της τάξης των Ευρώ 1,84 δισεκατομμυρίων, μειωμένη κατά 6,3% σε σχέση με το 2010 (Ευρώ 1,96 δισεκατομμύρια).

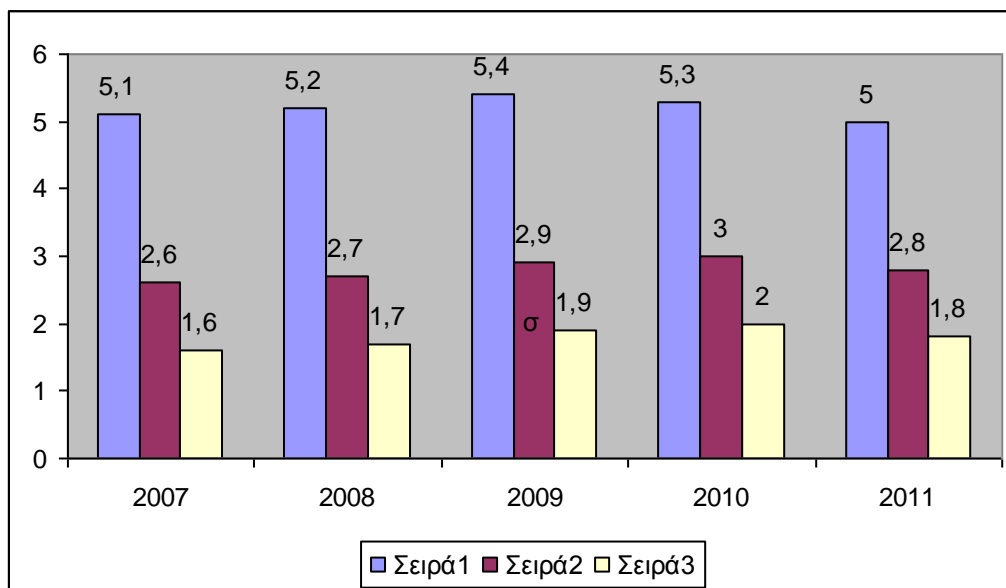
Συνολικά η παραγωγή ασφαλιστρων για το σύνολο των κλάδων ασφάλισης (Ζωής & Ζημιών) στην Ελλάδα ήταν Ευρώ 5 δισεκατομμύρια, μειωμένη κατά 6,5% σε σχέση με το 2010. Αναφορικά με τον κλάδο ασφαλίσεων κατά Ζημιών, η παραγωγή ήταν Ευρώ 2,8 δισεκατομμύρια, μειωμένη κατά 6,5% σε σχέση με την αντίστοιχη του 2010.

**Πίνακας 3.2:** Παραγωγή ασφαλιστρων στην Ελλάδα για τα έτη 2010 & 2011

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

Εκατομμύρια Ευρώ	2011	2010
<b>Συνολική παραγωγή πρωτασφαλιστρων (Ζωής, Ζημιών)</b>	4.987	5.332
<b>Παραγωγή πρωτασφαλιστρων ασφαλίσεων κατά ζημιών</b>	2.818	3.014
<b>Παραγωγή ασφαλιστρων κλάδου Αυτοκινήτου</b>	1.840	1.964
<b>εκ των οποίων:</b>		
<b>Αστική Ευθύνη χερσαίων οχημάτων</b>	1.493	1.551
<b>Χερσαία Οχήματα</b>	347	413

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ασφάλιση αυτοκινήτου αντιπροσωπεύει το 36,9% της συνολικής παραγωγής ασφαλίσεων και το 65,3% της παραγωγής ασφαλίσεων των κλάδων ασφαλίσεων κατά ζημιών.



**Διάγραμμα 1:** Παραγωγή Ασφαλίσεων 2007 – 2011 (δισεκατομμύρια Ευρώ)

Σημείωση: Στην ασφάλιση αυτοκινήτου περιλαμβάνονται οι κλάδοι ασφάλισης Χερσαίων Οχημάτων και Αστικής Ευθύνης οχημάτων. Στην στήλη 1 εμφανίζεται το σύνολο της παραγωγής ασφαλίσεων, στην στήλη 2 οι Ασφαλίσεις κατά ζημιών και στην στήλη 3 η Ασφάλιση Αυτοκινήτων.

Σχετικά με το έτος 2012, οι εκτιμήσεις του πρώτου εξαμήνου δείχνουν ότι η παραγωγή ασφαλίσεων έφτασε τα Ευρώ 3,3 δισεκατομμύρια εκ των οποίων η ασφάλιση Αστικής Ευθύνης χερσαίων οχημάτων ανήλθε σε Ευρώ 920 εκατομμύρια.

Πλην όμως της παραγωγής ασφαλίσεων θα πρέπει να τονιστεί και η σημασία της Ασφάλισης μέσα από την καταβολή αποζημιώσεων, οι οποίες κατά το έτος 2011 έφτασαν τα Ευρώ 829 εκατομμύρια (ενώ το 2010 τα Ευρώ 953 εκατομμύρια), όπως αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 3.3:** Πληρωθείσες αποζημιώσεις ετών 2010 & 2011

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

Εκατομμύρια ΕΥΡΩ	2011	2010
<b>Συνολικές αποζημιώσεις από πρωτασφαλίσεις</b>	3.023	2.893
<b>Αποζημιώσεις ασφαλίσεων κατά ζημιών</b>	1.091	1.198

<b>Αποζημιώσεις κλάδου Αυτοκινήτου</b>	829	953
<b>ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ:</b>		
<b>Αστική Ευθύνη χερσαίων οχημάτων</b>	688	780
<b>Χερσαία Οχήματα</b>	141	173

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι οι πληρωθείσες αποζημιώσεις για τα αυτοκίνητα, αντιπροσωπεύουν το 27,4% των συνολικών αποζημιώσεων και το 76,9% των αποζημιώσεων του κλάδου κατά ζημιών.

Αξίζει επίσης να αναφερθούμε σε κάποιους χρηματοοικονομικούς αριθμοδείκτες του κλάδου Αστικής Ευθύνης Οχημάτων σε σύγκριση με τους αντίστοιχους των λοιπών κλάδων Ζημιών. Τα χρησιμοποιηθέντα στοιχεία αφορούν τα έτη 2010 & 2011.

**Πίνακας 3.4:** Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση ασφαλιστρων

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	Αστική Ευθύνη Οχημάτων		Λοιποί Κλάδοι Ζημιών
	2011	2010	2011
<b>Ιδία Κράτηση Ασφαλιστρων</b>	87,5%	91,6%	69,2%
<b>Κόστος Πρόσκτησης Ασφαλιστικών εργασιών</b>	19,5%	19,2%	18,0%
<b>Δικαίωμα Συμβολαίου / Παραγωγή Ασφαλιστ.</b>	25,3%	25,1%	17,2%

Από τα δεδομένα του πίνακα προκύπτει ότι η ίδια κράτηση ασφαλιστρων στον κλάδο Α.Ε. Οχημάτων είναι πολύ μεγαλύτερη σε σχέση με τους λοιπούς κλάδους. Επίσης το κόστος πρόσκτησης των ασφαλιστικών εργασιών, το οποίο περιλαμβάνει την προμήθεια των διαμεσολαβούντων προσώπων και άλλα συναφή έξοδα, φτάνει το 19,5% όταν είναι στο ποσοστό του 18% για τους Λοιπούς Κλάδους. Τέλος μεγαλύτερα είναι και τα δικαιώματα ως ποσοστό ασφαλιστρων από τα αντίστοιχα των λοιπών κλάδων ζημιών.

Ως προς την διαχείριση των αποζημιώσεων των ασφαλιστικών επιχειρήσεων η ίδια κράτηση είναι 91,6% και ο δείκτης ζημιών συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος συμβολαίων φτάνει το 62,4%, ενώ αντίθετα η ίδια κράτηση αποζημιώσεων είναι πολύ πιο χαμηλή στους λοιπούς κλάδους ζημιών (70,8%) και ο δείκτης ζημιών πολύ πιο χαμηλός (38,3%).

**Πίνακας 3.5:** Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση Αποζημιώσεων

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	Αστική Ευθύνη Οχημάτων		Λοιποί
	2011	2010	Κλάδοι Ζημιών
<b>Ιδία Κράτηση Αποζημιώσεων</b>	93,3%	96,3%	<b>2011</b> 70,8%
<b>Δείκτης Ζημιών</b>	62,4%	69,8%	38,3%

Τέλος οι εκκρεμείς ζημιές τέλους χρήσεως αναλογούν στο 144,2% της παραγωγής ασφαλίσεων και υπερβαίνουν κατά πολύ το αντίστοιχο ποσοστό για τους λοιπούς κλάδους ζημιών, ενώ το περιθώριο τεχνικού αποτελέσματος διαμορφώθηκε στο 14,4% όταν το αντίστοιχο για τους λοιπούς κλάδους ζημιών είναι 26,6%.

**Πίνακας 3.6:** Αριθμοδείκτες 2010 & 2011 – Διαχείριση Αποζημιώσεων

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	Αστική Ευθύνη Οχημάτων		Λοιποί Κλάδοι
	2011	2010	Ζημιών
<b>Εκκρεμείς ζημιές / Παραγωγή ασφαλίσεων</b>	144,2%	122,1%	<b>2011</b> 56,5%
<b>Τεχνικό Αποτέλεσμα / Παραγωγή ασφαλίσεων</b>	14,4%	8,1%	26,6%

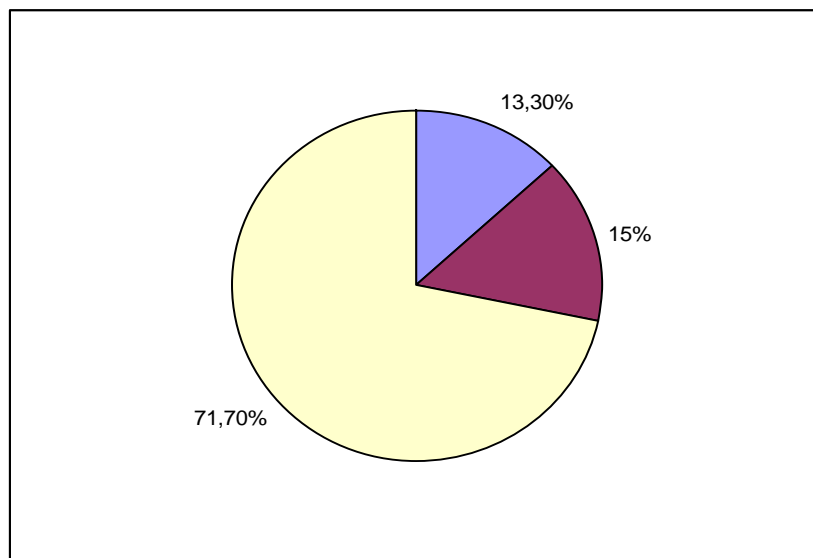
### 3.3.3. Στατιστική Εικόνα Κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτων

Αναφορικά με τα στατιστικά στοιχεία του κλάδου θα πρέπει να αναφερθεί ότι αφορούν ένα σύνολο 4.900.332 ασφαλισμένων οχημάτων για το έτος 2011, τα οποία προέρχονται από τις αναλυτικές δηλώσεις 29 ασφαλιστικών επιχειρήσεων – μελών της

Ένωσης Ασφαλιστικών Επιχειρήσεων Ελλάδος, οι οποίες κατέχουν το 90% της παραγωγής ασφαλίσεων του κλάδου ασφάλισης αυτοκινήτων το 2011 (μη συμπεριλαμβανομένων οχημάτων του Δημοσίου).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης για το 2011 αναφορικά με την κατανομή των ασφαλισθέντων οχημάτων, η κατηγορία επιβατικά – ταξί αποτελεί το 71,7% του στόλου των οχημάτων, ενώ τα ασφάλιστρα που της αναλογούν είναι το 80,5% του συνόλου των ασφαλίσεων και οι δηλωθείσες αποζημιώσεις το 80,6% του συνόλου των αποζημιώσεων του κλάδου.

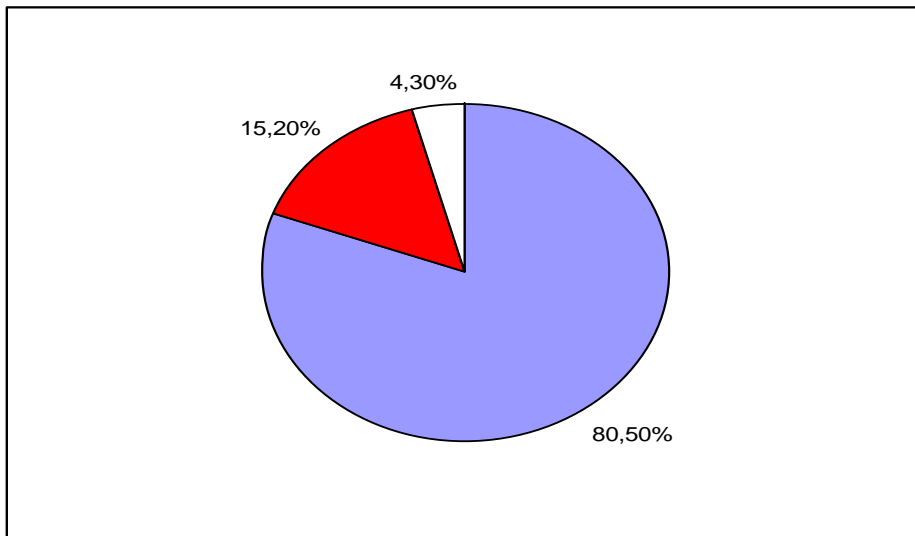
Ο στόλος των ασφαλισθέντων οχημάτων της κάθε κατηγορίας φαίνεται στο επόμενο γράφημα:



**Διάγραμμα 2:** Ασφαλισθέντα Οχήματα ανά τύπο οχήματος, Με μπλε Χρώμα είναι οι μοτοσικλέτες, με μωβ τα Αγροτικά – Λεωφορεία - Φορτηγά Και με λευκό χρώμα τα επιβατικά – ταξί.

Όπως προκύπτει από το ανωτέρω διάγραμμα το μεγαλύτερο μέρος του στόλου των αυτοκινήτων απαρτίζεται από τα επιβατικά Ι.Χ. τα οποία και αποτελούν το κυριότερο target group των Ασφαλιστικών εταιριών, καθώς από αυτά προκύπτει και ο μεγαλύτερος όγκος ασφαλίσεων του κλάδου με ποσοστό 80,5% επί του συνόλου των ασφαλίσεων όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα:





**Διάγραμμα 3:** Κατανομή παραγωγής ασφαλιστρων ανά τύπο οχήματος, Με μπλε Χρώμα είναι τα επιβατικά – ταξί, με κόκκινο τα Αγροτικά – Λεωφορεία - Φορτηγά και με λευκό χρώμα οι Μοτοσικλέτες.

Σημαντικό στοιχείο της μελέτης του κλάδου το οποίο αναδεικνύει και την σπουδαιότητα του στην κοινωνική ζωή αποτελούν οι αποζημιώσεις καθώς και οι ζημιές από διάφορα συμβάντα. Έτσι ο μεγαλύτερος όγκος αποζημιώσεων προέρχεται από τα επιβατικά – ταξί (σχεδόν 80%) καθώς τα επιβατικά Ι.Χ. δήλωσαν το 76% των ζημιών. Με δεδομένο ότι σχεδόν η κάθε οικογένεια χρησιμοποιεί περισσότερα από δύο αυτοκίνητα αποδεικνύεται η σημασία ασφάλισης της Αστικής Ευθύνης Αυτοκινήτων.

Χαρακτηριστικό στοιχείο όμως αποτελούν και τα τροχαία ατυχήματα, στα οποία περιλαμβάνονται νεκροί και τραυματίες και που η ασφάλιση διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο μέσω των αποζημιώσεων, καθώς ο αριθμός τους για το 2011 ανήλθε σε 13.700, παρουσιάζοντας μείωση σε σχέση με το 2010 της τάξης του 9,4% όπου ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 15.146. Σε απόλυτους αριθμούς οι νεκροί και οι τραυματίες για το 2011 ήταν 17.800 ενώ το 2010 ήταν 20.147. Ως κυριότερες αιτίες θανατηφόρων οχημάτων αποτελούν οι συγκρούσεις, οι εκτροπές και οι παρασύρσεις πεζών. Όσον αφορά τις κλοπές τροχοφόρων οχημάτων, σύμφωνα με πηγές της Ελληνικής Αστυνομίας κατά το 2011 πραγματοποιήθηκαν πάνω από 32.242 κλοπές εκ των οποίων οι 13.000 αφορούσαν μοτοσικλέτες και μοτοποδήλατα ενώ οι 11.500 αυτοκίνητα.

Ο αντίστοιχος αριθμός κλοπών για το 2010 ήταν 27.587. Να σημειωθεί ότι το ποσοστό των περιπτώσεων που εξιχνιάστηκαν επί των περιστατικών που τελέσθηκαν κατά την τελευταία πενταετία κυμαίνεται μεταξύ 35% - 43%.

Τα ανωτέρω αναφέρονται σε ένα σύνολο κυκλοφορούντων οχημάτων εκ των οποίων το 64,3% αφορούν τα Επιβατικά – Ταξί, το 16,7% τα Λεωφορεία – Φορτηγά και το 19% τις Μοτοσικλέτες επί συνόλου 8.086.910 οχημάτων, αναδεικνύοντας με εμφανή τρόπο την υψηλή πιθανότητα επέλευσης ζημιολόγου γεγονότος και την αναγκαιότητα για ασφάλιση, ανοίγοντας έτσι τον δρόμο σε επιχειρηματικές ευκαιρίες οι οποίες διατηρούν την δυναμική τους ακόμα και σε περιόδους κρίσης της οικονομίας.

Όσον αφορά τους αριθμοδείκτες σχετικά με την συχνότητα ζημιών, τον Δείκτη ζημιών, προμηθειών, εξόδων και τον μεικτό δείκτη (combined ratio), τα πράγματα έχουν ως εξής:

**Πίνακας 3.7:** Δείκτες ζημιών, προμηθειών, εξόδων & Μικτός Δείκτης

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	2011	2010
<b>Συχνότητα ζημιών</b>	10,7%	11,4%
<b>Δείκτης ζημιών (Loss / Ratio)</b>	60,9%	59,9%
<b>Δείκτης προμηθειών</b>	18,4%	18,1%
<b>Δείκτης εξόδων</b>	9,8%	10,5%
<b>Μικτός Δείκτης (Combined ratio)</b>	89,1%	88,5%

Οι εν λόγω δείκτες αποτελούν μια σημαντική απεικόνιση σχετικά με μεγέθη τα οποία μπορούν να κάνουν την διαφορά στον κλάδο αυτοκινήτου και να βοηθήσουν στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων. Ένας εξ' αυτών ο Δείκτης Ζημιών ο οποίος είναι ο λόγος των Επελθουσών Ζημιών προς τα Δεδουλευμένα Ασφάλιστρα δείχνει ότι κατά την διάρκεια 2010 – 2011 ο κλάδος παρέμεινε σχεδόν σταθερός, πραγματοποιώντας μια πολύ μικρή αύξηση κατά 1%, καταδεικνύοντας ότι κινήθηκε σε θετική πορεία σχετικά με τις ζημιές, αφού δεν υπερβαίνει το 100% και αποτελεί έναν ισχυρό δείκτη για το μέλλον και την κερδοφορία του κλάδου, διότι είναι ο Δείκτης από την συμπεριφορά του οποίου καθορίζονται τα ασφάλιστρα και η εν η γένει πολιτική της εκάστοτε Εταιρίας.

Οι δείκτες ζημιών για τους κυριότερους τύπους οχημάτων και καλύψεων είχαν ως εξής:

**Πίνακας 3.8:** Κυριότεροι Δείκτες ζημιών ανά Τύπο Οχήματος

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδας

	Ι.Χ.Ε	Φ.Ι.Χ.	Φ.Ι.Χ. Αγροτικά	ΤΑΞΙ	ΛΕΩΦ.	ΜΟΤΟΣ.	Σύνολο 2011	Σύνολο 2010
<b>Αστ.Ευθ.Οχ.</b>	62,20%	68,70%	75,90%	52,40%	45,40%	64,70%	<b>64,30%</b>	<b>64,20%</b>
<b>Πυρός</b>	14,10%	14,60%	9,40%	0%	3,90%	7,10%	<b>13,50%</b>	<b>14,40%</b>
<b>Κλοπής</b>	46%	47,80%	75,50%	23,80%	1,60%	56,60%	<b>45,90%</b>	<b>37,40%</b>
<b>Ιδίες Ζημιές Αυτ.</b>	70,90%	54,70%	149,20%	74,10%	395,40%	21%	<b>70,10%</b>	<b>80,40%</b>
<b>Θραύση Κρυστάλλων</b>	50,30%	62,10%	52,40%	81,30%	38,60%	211,10%	<b>50,90%</b>	<b>56%</b>
<b>Λοιπές καλύψεις</b>	35,50%	43,30%	20,10%	736,50%	7,70%	46,40%	<b>35,60%</b>	<b>17,90%</b>
<b>Σύνολο 2011</b>	<b>58,90%</b>	<b>66%</b>	<b>73,40%</b>	<b>55%</b>	<b>38,40%</b>	<b>63,80%</b>	<b>60,90%</b>	<b>59,90%</b>
<b>Σύνολο 2010</b>	<b>58,20%</b>	<b>62,70%</b>	<b>71,80%</b>	<b>72,50%</b>	<b>54,80%</b>	<b>49,70%</b>	<b>59,90%</b>	

Από τον ανωτέρω πίνακα παρατηρούμε ότι αναφορικά με τα Ιδιωτικής Χρήσης Επιβατικά Οχήματα ο συνολικός δείκτης ζημιών του 2011 ανέρχεται στο 58,90% και είναι χαμηλότερος σε σχέση με τους δείκτες των υπολοίπων κατηγοριών οχημάτων, εξαιρουμένων μόνο των ταξί και των λεωφορείων, τα οποία όμως αριθμητικά υστερούν σημαντικά σε σχέση με τον αριθμό των Ε.Ι.Χ. τα οποία κυκλοφορούν και η πιθανότητα επέλευσης ζημιογόνου γεγονότος μειώνεται σημαντικά με αποτέλεσμα να μειώνεται και ο Δείκτης ζημιών.

Επίσης σημαντικά είναι τα μεγέθη και οι δείκτες που αναφέρονται στα Επιβατικά Ι.Χ. οχήματα και σχετίζονται με Ζημιές, Ασφάλιστρα και Έξοδα τα οποία παρατίθενται στον πίνακα που ακολουθεί:

**Πίνακας 3.9, Μεγέθη και Δείκτες**

Πηγή: Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος

ΚΑΛΥΨΗ	ΔΕΔΟΥΛ/ΝΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ	ΕΠΕΛΘ. ΖΗΜΙΕΣ	ΠΡΟΜΗΘ.	ΛΕΙΤΟΥΡ. ΕΞΟΔΑ	ΜΙΚΤΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΖΗΜΙΩΝ
ΥΛ. ΖΗΜΙΕΣ	647.484.618	318.463.713				49,19%
ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΒΛΑΒΕΣ	364.230.480	310.746.789				85,32%
Α.Ε. ΟΧΗΜ.	1.011.715.098	629.210.502				62,19%
ΠΥΡΟΣ	34.131.153	4.798.237				14,06%
ΚΛΟΠΗΣ	77.682.225	35.748.013				46,02%
ΙΔΙΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	62.543.358	44.341.453				70,90%
ΘΡΑΥΣΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ	67.112.705	33.782.261				50,34%
ΛΟΙΠΕΣ ΚΑΛΥΨΕΙΣ	40.520.215	14.376.255				35,48%
ΣΥΝΟΛΟ	1.293.704.755	762.256.720	242.213.911	129.616.323	87,66%	58,92%

Στα ανωτέρω θα πρέπει να προστεθεί ο δείκτης προμηθειών που διαμορφώνεται στο 18,72% καθώς επίσης και ο δείκτης εξόδων που είναι 10,02%.

Από τους ανωτέρω δείκτες θα μπορούσαμε να αναφερθούμε και να εξάγουμε συμπεράσματα από τον καθένα χωριστά, όμως προς όφελος της ανάλυσης μας θα αναφερθούμε στον Μικτό Δείκτη και στους Δείκτες Προμηθειών και Εξόδων και Ζημιών. Πιο συγκεκριμένα ο Μικτός Δείκτης απεικονίζει την σχέση:

Μικτός Δείκτης =  $\frac{\text{Επελθούσες Ζημιές} + \text{Προμήθειες} + \text{Λειτουργικά έξοδα}}{\text{Δεδουλευμένα ασφαλιστρα}}$

Δεδουλευμένα ασφαλιστρα

Ο αριθμητής του ανωτέρω δείκτη αναφέρεται ουσιαστικά στο σύνολο των εξόδων τα οποία καλούνται να καλύψουν οι ασφαλιστικές εταιρίες. Το ποσοστό του 87,66% στο οποίο διαμορφώνεται απέχει 12,34% από το 100% και καθιστά ουσιαστικά τον κλάδο κερδοφόρο έστω και κατά αυτό το μικρό ποσοστό. Σημαντικός παράγοντας

επιβάρυνσης του συγκεκριμένου δείκτη αποτελούν οι προμήθειες τις οποίες οι ασφαλιστικές εταιρίες καλούνται να καταβάλουν, καθώς τον επιβαρύνουν κατά το ποσό των Ευρώ 242.213.911, ήτοι ποσοστό 18,72%. Αναφορικά με τον δείκτη εξόδων των εταιριών, το ποσοστό του 10,02% υποδηλώνει έναν αρκετά καλό ποσοστό λαμβάνοντας υπόψη την μεγάλη διαχείριση η οποία απαιτείται στον κλάδο ασφάλισης οχημάτων από τις ασφαλιστικές εταιρίες. Τέλος να σημειωθεί ότι ο Δείκτης Ζημιών (Loss Ratio), ο οποίος απεικονίζεται από τον λόγο Επελθούσες Ζημιές προς Δεδουλευμένα Ασφάλιστρα κινείται στο επίπεδο του 58,92%, ποσοστό το οποίο είναι σημαντικά χαμηλό, αφήνοντας σημαντικά περιθώρια κερδοφορίας από τα δεδουλευμένα ασφάλιστρα.

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η αγορά ασφάλισης των επιβατικών Ι.Χ. Οχημάτων αποτελεί μια αρκετά υποσχόμενη αγορά για εταιρίες οι οποίες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον χώρο, καθώς δημιουργούνται οι αντίστοιχες προϋποθέσεις μέσω της μείωσης των λειτουργικών εξόδων αλλά και των προμηθειών, για μεταφορά του οφέλους προς τον ασφαλισμένο από την μείωση των ασφαλίσεων, δίνοντας έτσι επιπλέον κίνητρο στους καταναλωτές να προβούν σε ασφάλιση μειώνοντας αντίστοιχα τον αριθμό των ανασφάλιστων οχημάτων.

### **3.4. Η ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ**

Η ασφάλιση αυτοκινήτων αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους ασφάλισης στην Ευρώπη με μερίδιο επί του συνόλου παραγωγής ασφαλίσεων της τάξης του 29%. Το έτος 2010 η παραγωγή ασφαλίσεων αυτοκινήτου διαμορφώθηκε στα Ευρώ 125 δισεκατομμύρια, ενώ για το 2011 ο κλάδος παρουσίασε αύξηση παραγωγής της τάξης του 4%. Οι κυριότερες αγορές είναι αυτές της Γερμανίας και της Ιταλίας ενώ ακολουθούν της Γαλλίας και του Ηνωμένου Βασιλείου. Όλες οι μεγάλες αγορές σημείωσαν αύξηση παραγωγής κατά το έτος 2010 με εξαίρεση την Ιταλική (-0,8%) . Ειδικά η Γερμανική αγορά πέτυχε την πρώτη χρονιά αύξησης μετά από πέντε συναπτά έτη μείωσης.

Στις άλλες χώρες η κατάσταση παρουσιάζει μικτή εικόνα καθώς στην Ισπανία η παραγωγή του κλάδου μειώθηκε κατά 6,1%, στην Ιρλανδία κατά 1,1% ενώ αντίθετα στην Πορτογαλία αυξήθηκε κατά 0,4% και στην Πολωνία κατά 6,4%. Η μεγαλύτερη αύξηση παραγωγής καταγράφηκε στην Τουρκία κατά 18% και στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά 8%, ενώ η μεγαλύτερη μείωση στην Λετονία (-20%) και στην Τσεχία (-6,4%).

Επιπλέον να σημειωθεί ότι το μέσο κατά κεφαλήν ασφάλιστρο για τις ασφαλίσεις αυτοκινήτων αυξήθηκε στα Ευρώ 211 το 2010 από Ευρώ 206 το 2009.

Τέλος και αναφορικά με τις αποζημιώσεις του κλάδου αυτοκινήτων για το σύνολο των χωρών – μελών της Insurance Europe το 2010 έφτασαν τα Ευρώ 79,8 δισεκατομμύρια συγκριτικά με τα Ευρώ 78,1 δισεκατομμύρια του 2009, ενώ η λειτουργία του κλάδου κόστισε περί τα Ευρώ 20 δισεκατομμύρια το 2010 ποσό μειωμένο κατά 0,2% σε σχέση με το 2009. Στην Ευρώπη, η συχνότητα ζημιών στον κλάδο αυτοκινήτων (όλων των τύπων) έφτασε το 10,7% το 2010, ενώ ο δείκτης κινείται μεταξύ του 10% και του 12% κατά το μεγαλύτερο μέρος της περιόδου που μελετάμε.

### **3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Στο σημείο αυτό είναι χρήσιμο να γίνει αναφορά ανάμεσα στους κύριους ανταγωνιστές του κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτου, χωρίς όμως να γίνεται διαχωρισμός μεταξύ των εταιριών που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά μέσω διαδικτύου και εκείνων που δεν έχουν παρουσία στο διαδίκτυο. Συνεπώς ως βασικοί ανταγωνιστές μπορούν να θεωρηθούν όλες οι ασφαλιστικές εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου.

Στην Ελλάδα κατά το έτος 2011 δραστηριοποιήθηκαν στον κλάδο Ασφάλισης Αστικής Ευθύνης Χερσαίων Οχημάτων 31 εταιρίες με συνολική παραγωγή ασφαλίσεων Ευρώ 1,5 δισεκατομμύρια το οποίο αντιστοιχεί στο 53% επί του συνόλου ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι οι πρώτες 10 επιχειρήσεις του κλάδου συγκέντρωσαν το 68,4% των ασφαλίσεων. Επίσης όσον αφορά τον Κλάδο Χερσαίων Οχημάτων η παραγωγή ανήλθε το ποσό των Ευρώ 347 εκατ. (12,3% του συνόλου). Το σύνολο της παραγωγής των ασφαλίσεων διαμορφώνεται σε Ευρώ 1,84 δις, ήτοι 65,3% ασφαλίσεων κατά ζημιών. Αξιοσημείωτο της δυναμικής του κλάδου είναι ότι ο δεύτερος σε κατάταξη κλάδος ασφάλισης, της Πυρκαγιάς και Στοιχείων της Φύσης, είχε ως παραγωγή ασφαλίσεων Ευρώ 435 εκατ. καταλαμβάνοντας 15,4% επί του συνόλου των κλάδων ζημιών.

Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της Ένωσης Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος πρώτη εταιρία στον κλάδο αναδεικνύεται η Εθνική Ασφαλιστική με 527.000 συμβόλαια, δεύτερη η Interamerican με 493.043, τρίτη η Υδρόγειος με 390.271, και ακολουθούν η

Ergo με 332.359, η Ευρωπαϊκή Πίστη με 316.159, η Ευρωπαϊκή Ένωση με 266.585, η Αγροτική Ασφαλιστική με 253.942, η AIG με 238.418, η Allianz με 238.054 και η Διεθνής Ένωση με 204.207 οχήματα.

### **3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

#### **3.6.1 Οικονομικοί Παράγοντες**

Μετά από μια δεκαετία θετικών επιδόσεων, η Ελληνική Οικονομία μετά το έτος 2009 άρχισε να καταγράφει αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η μείωση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος κατά το έτος 2011 ήταν 7,1% σε σταθερές τιμές ενώ η ύφεση στην Ελληνική Οικονομία επεκτάθηκε σε όλους τους παραγωγικούς κλάδους επηρεάζοντας αρνητικά την απασχόληση και αυξάνοντας την ανεργία. Κατά το έτος 2011 η συνολική απασχόληση μειώθηκε κατά 6,8% πλέον της μείωσης του 4% κατά το έτος 2010 και το μέσο ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε στο 17,7%.

Η μέση τιμή του Εναρμονισμένου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή ο οποίος προσφέρεται για συγκρίσεις με την εξέλιξη του πληθωρισμού στην ζώνη του Ευρώ, υποχώρησε στο 3,1% από 4,7% το 2010. Η πορεία του Γενικού Δείκτη του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών κατά το έτος 2011 ήταν έντονα πτωτική, καθώς ο Γενικός Δείκτης μειώθηκε κατά 52% σε σύγκριση με το έτος 2010.

Το 2010 η προσφυγή της Ελληνικής Κυβέρνησης στον Μηχανισμό Στήριξης απέτρεψε την χρεοκοπία της χώρας αλλά η επιβολή του Μνημονίου, οι καθυστερήσεις στην εφαρμογή του προγράμματος, η οικονομική ύφεση και η αστάθεια του διεθνούς περιβάλλοντος επιδείνωσαν το Δημόσιο Χρέος, απαιτώντας νέα στήριξη προς το Ελληνικό Δημόσιο από τους συμμετέχοντες στον Μηχανισμό Στήριξης η οποία συνοδεύτηκε από το πρόγραμμα οικονομικής προσαρμογής για το χρονικό διάστημα 2012 – 2014. Αξίζει να σημειωθεί ότι η χρηματοδότηση συνοδεύτηκε από την συμφωνία του Ελληνικού Δημοσίου με τους ιδιώτες πιστωτές προκειμένου να υπάρξει αναδιάρθρωση του χρέους μέσω της ανταλλαγής ομολόγων, η οποία και έγινε με βάση τους όρους συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα (PSI) που συμφωνήθηκαν τον Φεβρουάριο του 2012.

### **3.6.2 Κοινωνικοί Παράγοντες**

Στους κοινωνικούς παράγοντες περιλαμβάνονται η κατοχή και χρήση του αυτοκινήτου ως μέσο μεταφοράς καθώς πολλοί χρησιμοποιούν ακόμα και σήμερα το αυτοκίνητο ως κύριο μέσο μετάβασης προς τον τόπο προορισμού τους. Επίσης η ασφαλιστική συνείδηση του εκάστοτε οδηγού είναι πολύ σημαντική διότι συνδέεται άμεσα με το αν ο οδηγός θα προχωρήσει σε σύναψη ή μη ασφαλιστηρίου συμβολαίου. Ας μην παραβλέψουμε το γεγονός του ότι στην χώρα μας υπάρχουν σχεδόν 1.000.000 ανασφάλιστα οχήματα για σημαντικό τμήμα των οποίων οι ιδιοκτήτες τους δεν προχωρούν σε σύναψη ασφάλισης λόγω χαμηλής ασφαλιστικής συνείδησης παραβλέποντας την σημαντική ευθύνη που μπορεί να έχουν και για την οποία μπορούν να κληθούν να αποζημιώσουν με ιδίους πόρους.

Το μορφωτικό επίπεδο των ασφαλισμένων αποτελεί κοινωνικό παράγοντα καθώς οι έρευνες έχουν δείξει ότι τα άτομα ανώτερου μορφωτικού επιπέδου προχωρούν σχεδόν στο σύνολο τους στην σύναψη ασφάλισης αναγνωρίζοντας την σημαντικότητα του να γίνεται μεταφορά του κινδύνου στις ασφαλιστικές εταιρίες.

Η ύφεση που πλήττει το σύνολο σχεδόν του πληθυσμού είναι από τους πολύ σημαντικούς παράγοντες καθώς οδηγεί τους κατόχους – ιδιοκτήτες επιβατικών Ι.Χ. στην αναζήτηση ολοένα και φθηνότερων ασφαλιστρών από αξιόπιστες εταιρίες οδηγώντας τον ανταγωνισμό προς όφελος των καταναλωτών.

Τέλος, η ολοένα και πιο εκτεταμένη χρήση του Διαδικτύου αναφορικά με την αναζήτηση αξιόπιστης ασφαλιστικής λύσης τα τελευταία χρόνια δείχνει με ραγδαίους ρυθμούς την τάση που θα οδηγήσει τις εξελίξεις στον χώρο ασφάλισης αυτοκινήτου τα προσεχή χρόνια.

### **3.6.3 Πολιτικοί Παράγοντες**

Όσον αφορά τον κλάδο της Ασφάλισης, η δημιουργία της Επιτροπής Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης (ΕΠ.Ε.Ι.Α) η οποία υπάγεται πλέον στον έλεγχο της Τράπεζας της Ελλάδος, καθώς επίσης οι συνεχείς έλεγχοι οι οποίοι διενεργούνται από την μεριά της Εποπτικής Αρχής έχουν διαμορφώσει ένα πλαίσιο εντός του οποίου οι Ασφαλιστικές Εταιρίες δείχνουν στην πλειοψηφία τους να το ακολουθούν και να συμμορφώνονται στις υποδείξεις της, τηρώντας τα Αποθεματικά τους κεφάλαια στα αποδεκτά από τον νόμο όρια προκειμένου να συνεχίσουν να λειτουργούν.



Επίσης η επιβολή από το Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη αυστηρών προστίμων προς τους ανασφάλιστους οδηγούς έχει αρχίσει να μειώνει σημαντικά τον αριθμό αυτών και να περιορίζει τις συνέπειες από την πρόκληση ατυχήματος από ανασφάλιστο οδηγό.

### **3.6.4 Τεχνολογικοί Παράγοντες**

Στον τομέα της τεχνολογίας ο Ασφαλιστικός χώρος χαρακτηρίζεται από μια έντονη κινητικότητα καθώς οι Ασφαλιστικές Εταιρίες επενδύουν σημαντικά ποσά σε τεχνολογίες οι οποίες θα τις βοηθήσουν να οργανώσουν αποτελεσματικά τα στατιστικά τους στοιχεία προκειμένου να τα επεξεργαστούν, ενώ παράλληλα θα τις βοηθήσουν να μειώσουν σε σημαντικό βαθμό τα λειτουργικά τους έξοδα εξοικονομώντας πόρους τους οποίους θα μπορέσουν να διοχετεύσουν σε άλλες δραστηριότητες.

Ειδικότερα οι μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου έχουν κινηθεί με γρήγορους ρυθμούς προς την κατεύθυνση αυτή με γνώμονα τα ανωτέρω, όμως και οι μικρότερες εταιρίες ακολουθούν με την σειρά τους. Στην κατεύθυνση αυτή πιέζει και η οδηγία από την Επιτροπή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης για την δημιουργία «ηλεκτρονικού φακέλου» στον Κλάδο Αυτοκινήτων, όπου οι εταιρίες θα πρέπει να διατηρούν σε ηλεκτρονική μορφή τα στοιχεία ζημιών του κλάδου Αυτοκινήτου προκειμένου να υπόκειται σε έλεγχο ανά πάσα στιγμή από την Εποπτική Αρχή. Σημαντικό επίσης να τονιστεί είναι και το γεγονός του ότι οι Εταιρίες Ασφάλισης Αυτοκινήτου μέσω του Διαδικτύου επενδύουν το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων τους στην τεχνολογική υποδομή προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.

## **3.7. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ**

### **3.7.1 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης**

Η ζήτηση για αγορά Υπηρεσιών Ασφάλισης Αυτοκινήτου μέσω του Διαδικτύου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες τους κυριότερους εκ των οποίων θα αναφέρουμε κατωτέρω.

Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες είναι η χρήση του Διαδικτύου και η διείσδυση του στην αγορά προϊόντων μέσω αυτού. Σύμφωνα με έρευνα της Boston Consulting Group το 49% των Ελλήνων χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο (γενικά όχι μόνο για

αγορές), ποσοστό το οποίο είναι συγκρίσιμο με αυτό της Ιταλίας στην οποία το 53% αντίστοιχα χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο. Βέβαια είναι σημαντικά χαμηλότερο σε σχέση με τις χώρες της Βόρειας Ευρώπης οι οποίες έχουν υψηλά ποσοστά χρήσης, όπως για παράδειγμα το Ηνωμένο Βασίλειο στο οποίο η χρήση του Διαδικτύου έχει φτάσει το 85%. Επομένως υπάρχει σημαντικό περιθώριο για περαιτέρω χρήση του η οποία θα αυξήσει σημαντικά τα εν λόγω ποσοστά.

Συναφής παράγοντας με τον προαναφερθέντα αποτελεί και η ηλικιακή σύνθεση των χρηστών του Διαδικτύου, καθώς είναι οι υποψήφιοι πελάτες και πρέπει να υπάρχει ξεκάθαρη εικόνα για τις ηλικιακές ομάδες στις οποίες μπορούμε να απευθυνθούμε. Από την ίδια έρευνα προκύπτει ότι άτομα ηλικίας 16 έως 24 ετών το χρησιμοποιούν σε ποσοστό ανώτερο του 85% ενώ για τις ηλικίες από 25 έως 64 ετών το ποσοστό αυτό διαμορφώνεται στο 68%. Η ηλικία των 35 ετών αποτελεί κομβικό σημείο καθώς αρχίζει να μειώνεται η χρήση του με χαρακτηριστικά τα ηλικιακά στρώματα των 55 έως 64 ετών όπου το ποσοστό χρήσης είναι 15% και των ηλικιών 65 έως 74 ετών όπου το ποσοστό είναι μόλις 4%.

Σημαντικός παράγοντας ζήτησης εκτός από την χρήση του Διαδικτύου αποτελεί και το ποσοστό των ατόμων οι οποίοι πραγματοποιούν τις αγορές τους μέσω αυτού. Το ηλεκτρονικό εμπόριο στον Ελλαδικό χώρο υστερεί αρκετά καθώς μόνο το 12% των χρηστών πραγματοποιεί τις αγορές του on line, ποσοστό το οποίο υστερεί σημαντικά από το αντίστοιχο 40% που ισχύει για τους υπόλοιπους Ευρωπαίους. Εξίσου σημαντικό στοιχείο όμως το οποίο δείχνει την δυναμική των πωλήσεων μέσω του Διαδικτύου, είναι το γεγονός του ότι ο αριθμός των Ελλήνων χρηστών οι οποίοι πραγματοποιούν αγορές μέσω αυτού αυξάνεται με ρυθμό 27% ετησίως, ποσοστό διπλάσιο του μέσου όρου της Ευρωζώνης.

Η διαφήμιση των Ασφαλιστικών Εταιριών επηρεάζει με την σειρά της την ζήτηση καθώς οι εταιρίες μέσω της διαφήμισης προσπαθούν να τονώσουν την παραγωγή ασφαλιστρων και τα μερίδια αγοράς τους. Ειδικότερα κατά το έτος 2011 οι ασφαλιστικές εταιρίες αύξησαν την διαφημιστική τους δαπάνη στα Ευρώ 12,76 εκατομμύρια έναντι Ευρώ 7,2 εκατομμύρια κατά το έτος 2010 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 79,29%. Αξιοσημείωτο επίσης είναι το γεγονός ότι το 2011 η διαφημιστική δαπάνη των ασφαλιστικών εταιρειών υπερδιπλασίασε τη συμμετοχή της στο σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης του έτους, έναντι του 2010. Ειδικότερα, από 0,37% που ήταν την προηγούμενη χρήση, ανήλθε πέρυσι στο 0,80%. Ο κλάδος ο οποίος πρωταγωνίστησε στην διαφημιστική δαπάνη ήταν της Αστικής Ευθύνης Οχημάτων.

Σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας της ζήτησης αποτελεί και η υποχρεωτική εκ του νόμου Ασφάλιση της Αστικής Ευθύνης Οχημάτων καθώς καθιστά υποχρεωτική την ασφάλιση και επισύρει ποινές σε όσους κυκλοφορούν ανασφάλιστοι. Με αυτόν τον τρόπο πολλοί οδηγοί υποχρεωμένοι από τον νόμο αλλά και προσπαθώντας να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση, θα προχωρήσουν στην ασφάλιση του οχήματός τους επιδιώκοντας την πιο οικονομική ασφάλιση στρεφόμενοι σε εναλλακτικά κανάλια διανομής ασφάλισης όπως αυτά της on line ασφάλισης.

Τέλος σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας είναι η τιμή του ασφαλιστικού προϊόντος. Με βάση την Οικονομική Θεωρία η τιμή και η ζητούμενη ποσότητα έχουν αρνητική σχέση καθώς όταν η τιμή αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητα μειώνεται και αντιστρόφως. Επομένως οι καταναλωτές σε πολύ σημαντικό βαθμό θα χρησιμοποιήσουν το κριτήριο της τιμής για να επιλέξουν την ασφάλιση του αυτοκινήτου τους, μην λαμβάνοντας σε πολλές περιπτώσεις υπόψη τους την εταιρία που τους ασφαλίσει και τον βαθμό φερεγγυότητας αυτής, καθώς επίσης και τις ασφαλιστικές καλύψεις που παρέχει ένα Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο. Σύμφωνα με έρευνα της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή ενώ παλαιότερα για την επιλογή ασφαλιστικών προϊόντων ως σημαντικότερος παράγοντας ήταν η ασφάλεια που αυτά παρέχουν, πλέον λόγω της οικονομικής κρίσης ο παράγοντας ασφάλεια έχει εκτοπιστεί δίνοντας την θέση του στον παράγοντα τιμή (το ίδιο ισχύει και για προϊόντα όπως πωλήσεις μέσω Internet, μετακινήσεις, μεταφορές, πωλήσεις αυτοκινήτων – μοτοσυκλετών).

### **3.7.2 Προσδιορισμός Μελλοντικής Ζήτησης**

Όπως είναι φανερό ο προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης είναι κρίσιμο στοιχείο για την κατάρτιση και τον προσδιορισμό της έκτασης ενός επενδυτικού σχεδίου. Με βάση την μελλοντική ζήτηση και τις παραμέτρους οι οποίες την προσδιορίζουν τα επιχειρηματικά σχέδια διαμορφώνονται και προχωρούν καθώς επίσης αναδιαμορφώνονται και αναπροσαρμόζονται στα δεδομένα κάθε φορά της αγοράς και της ζήτησης. Στον Ελλαδικό χώρο και με δεδομένο ότι η απευθείας πώληση ασφαλιστικών προϊόντων ξεκίνησε ουσιαστικά από το 2008, έτος κατά το οποίο η INTERAMERICAN λανσάρισε για πρώτη φορά την πλατφόρμα της on line πώλησης και με τις υπόλοιπες εταιρίες να ακολουθούν, γίνεται αντιληπτό ότι η αγορά είναι ακόμα στο ξεκίνημα της και οι προοπτικές πολύ σημαντικές. Λαμβάνοντας υπόψη ότι σε κάποιες από τις ώριμες Ευρωπαϊκές αγορές όπως αυτήν του Ηνωμένου Βασιλείου το ποσοστό αγοράς των νέων ασφαλειών αυτοκινήτου οι οποίες πραγματοποιήθηκαν on

line κατά το έτος 2010 ανήλθε σε 74% έναντι του μόλις 2% στην Ελλάδα (Έρευνα της BOSTON CONSULTING GROUP), γίνεται αντιληπτό ότι ο εν λόγω χώρος στην Ελλάδα διαθέτει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης.

Χαρακτηριστικό επίσης στοιχείο το οποίο δείχνει την δυναμική του κλάδου είναι ότι οι line πωλήσεις της INTERAMERICAN ανέρχονται μέχρι σήμερα στο 25% του ασφαλισμένου στόλου της ενώ ο στόλος των ασφαλισμένων οχημάτων της αυξήθηκε κατά 200.000 από το 2008. Επίσης η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ που αποτελεί την μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρία στην Ελλάδα, προκειμένου να ανακόψει την μείωση του στόλου των αυτοκινήτων της (ο οποίος μειώθηκε κατά 450.000 οχήματα) προχώρησε σαν πρώτη στρατηγική κίνηση στην δημιουργία πλατφόρμας πώλησης απευθείας ασφάλισης αυτοκινήτου. Επομένως η αύξηση που παρατηρείται τα τελευταία δύο χρόνια και φτάνει σε διψήφια ποσοστά, της τάξης περίπου του 10%, αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια ειδικά με την διεύρυνση της χρήσης του Διαδικτύου ως αποτελεσματικής, γρήγορης και αξιόπιστης λύσης καθώς το Διαδίκτυο ειδικά στις ηλικίες από 18 έως 45 ετών, που αποτελούν ηλικίες με πολύ αυξημένα ποσοστά οδηγών, χρησιμοποιείται για αγορά προϊόντων και υπηρεσιών σε ποσοστό του 45% με την τάση να είναι αυξητική. Στελέχη της αγοράς εκτιμούν ότι στα επόμενα 5 χρόνια η αύξηση για αγορά νέων ασφαλίσεων αυτοκινήτου μέσω του Διαδικτύου θα διαμορφωθεί στο 13% με 15% ετησίως ενώ το 40% των εταιριών στο σύνολο τους θα πουλούν ασφάλειες αυτοκινήτων μέσω του Διαδικτύου.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι η κατακόρυφη μείωση του αριθμού πωλήσεων καινούργιων οχημάτων κατά τα τελευταία δύο έτη καθώς επίσης και ο σημαντικός αριθμός των κατόχων οχημάτων οι οποίοι έχουν παραδώσει τις πινακίδες τους έχουν μειώσει τον αριθμό κυκλοφορούντων οχημάτων επηρεάζοντας αρνητικά τον αριθμό των ασφαλισμένων οχημάτων. Σε κάθε περίπτωση όμως υπολογίζουμε ότι ο αριθμός αυτών για τα επόμενα 6 χρόνια και με ετήσιο ρυθμό αύξησης του 10% θα διαμορφωθεί περίπου στα 2 εκατομμύρια οχήματα όπως φαίνεται και στον κάτωθι πίνακα:

**Πίνακας 3.10.** Πρόβλεψη ετήσιας ζήτησης απευθείας ασφάλισης Νομού Αττικής

ΕΤΟΣ	ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ 10%	ΕΤΗΣΙΑ ΖΗΤΗΣΗ
<b>2012</b>	10%	1.000.000
<b>2013</b>	10%	1.100.000

<b>2014</b>	10%	1.210.000
<b>2015</b>	10%	1.331.000
<b>2016</b>	10%	1.464.000
<b>2017</b>	10%	1.610.510
<b>2018</b>	10%	1.771.561
<b>2019</b>	10%	1.948.717

### **3.8. ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

#### **3.8.1 Ανάλυση της Στρατηγικής Διάστασης του Σχεδίου Μάρκετινγκ**

Το σχέδιο Μάρκετινγκ αφορά τον μακροπρόθεσμο σχεδιασμό Μάρκετινγκ της εταιρίας, ο οποίος περιλαμβάνει τα ακόλουθα βασικά σημεία:

#### **Εντοπισμός της Αγοράς – Στόχου**

Η στοχοθέτηση της αγοράς σχετίζεται ουσιαστικά με το ερώτημα «Ποιοι είναι οι πελάτες μας» και αναφέρεται στην επιλογή τακτικών Μάρκετινγκ οι οποίες μπορούν να εκφραστούν με όρους αγοράς, προϊόντος και γεωγραφικής περιοχής. Στην δική μας περίπτωση η επιλογή της αγοράς – στόχου αναφέρεται στον γεωγραφικό προσδιορισμό της περιοχής εντός της οποίας θα λάβουν χώρα οι λειτουργίες της επιχείρησης, προκειμένου να μπορέσει να εντοπίσει με μεγαλύτερη ακρίβεια τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός του ότι η επιχείρηση μας θα βασιστεί σε πολύ μεγάλο βαθμό στην ανάλυση στατιστικών στοιχείων τα οποία λόγω έλλειψης βάσεων δεδομένων θα πρέπει να δημιουργήσει μόνη της, τους περιορισμούς τους οποίους θα συναντήσει μια Ασφαλιστική Εταιρία με αντικείμενο την απευθείας ασφάλιση αυτοκινήτων καθώς επίσης και το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος του μεριδίου αγοράς αναφορικά με τα Επιβατικά Αυτοκίνητα Ιδιωτικής Χρήσης συγκεντρώνεται στον Νομό Αττικής, ως αγορά ορίζεται η Αγορά Ασφάλισης Επιβατικών Οχημάτων Ιδιωτικής Χρήσης (όχι ταξί, πολυτελείας και Φορτηγά) στον Νομό Αττικής.

#### **Καθορισμός των Στόχων του Μάρκετινγκ**

Σε πρώτο πλάνο στόχος της εξεταζόμενης επιχείρησης αποτελεί η ασφάλιση περίπου 4.000 αυτοκινήτων σε μηνιαία βάση με ένα μέσο ασφάλιστρο ανά αυτοκίνητο περίπου

στα Ευρώ 600 για τα πρώτα 3 χρόνια (και μια μεσοσταθμική αύξηση για τα επόμενα τρία της τάξης του 8% και τέλος μια αύξηση του 5% για τα επόμενα δύο έτη). Στην συνέχεια και εφόσον η εταιρία καταφέρει να πετύχει την είσοδο της στην Ασφαλιστική Αγορά και σταθεροποιηθεί προβλέπεται ότι θα πραγματοποιεί αύξηση των πωλήσεων της σε ετήσια βάση της τάξης του 8% με 10% για τα επόμενα πέντε (5) χρόνια, εκτίμηση η οποία κρίνεται πολύ ικανοποιητική με βάση των δεδομένων της αγοράς, αλλά παράλληλα συμβαδίζει και με την προβλεπόμενη ζήτηση της αγοράς επιτρέποντας της με αυτόν τον τρόπο να πετύχει τον στόχο του 2% αναφορικά με το μερίδιο της αγοράς μέσα στην πρώτη πενταετία και να αυξήσει σημαντικά τον όγκο πωλήσεων της.

### **Καθορισμός της Στρατηγικής του Μάρκετινγκ**

Η Στρατηγική του Μάρκετινγκ την οποία θα ακολουθήσει η εν λόγω επιχείρηση είναι μια πολύ σημαντική απόφαση καθώς είναι αυτή που θα δώσει την ώθηση στην επιχείρηση προκειμένου να καταφέρει να εδραιωθεί και να μπορέσει να καταταχθεί ως μια από τις ανταγωνιστικές και αξιόλογες επιχειρήσεις της Ασφαλιστικής Αγοράς.

Από τις διαθέσιμες στρατηγικές που υπάρχουν, η επιχείρηση θα επιλέξει τη **Στρατηγική της Εστίασης με Βάση το Κόστος** αλλά παράλληλα με αυτήν **θα χρησιμοποιήσει και την Δημιουργία Καλής Φήμης**. Ο λόγος για τον οποίο η επιχείρηση θα επιλέξει τις ανωτέρω στρατηγικές είναι το γεγονός του ότι επιλέγει να εστιάσει μόνο στην ασφάλιση αυτοκινήτου σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, χωρίς να χρησιμοποιεί διαμεσολαβούντες και έτσι πετυχαίνει να μειώσει το κόστος πληρωμής ασφαλιστρών αφού δεν καταβάλλει προμήθειες. Παράλληλα την ενδιαφέρει να αποκτήσει μια πολύ καλή φήμη στην αγορά εξυπηρετώντας τους πελάτες της με τον καλύτερο και πιο γρήγορο τρόπο ενισχύοντας ταυτόχρονα την θέση της αναφορικά με την φερεγγυότητα της μέσω των διεθνών συνεργασιών και των ισχυρών παραγόντων οι οποίοι θα την ενισχύσουν κεφαλαιακά, αλλάζοντας με αυτόν τον τρόπο την νοοτροπία των ασφαλισμένων για τις ασφαλιστικές εταιρίες και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Και τα δύο αυτά στοιχεία είναι αναπόσπαστα της σχεδιαζόμενης στρατηγικής της επιχείρησης.

### **3.8.2 Ανάλυση της Λειτουργικής Διάστασης του Σχεδίου Μάρκετινγκ**

Μετά τον καθορισμό της Στρατηγικής Μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιήσουμε, ακολουθεί ο σχεδιασμός της δράσης των σχεδίων του Μάρκετινγκ. Η υπό μελέτη

επιχείρηση προκειμένου να καταφέρει να προσφέρει ένα προϊόν αρκετά επιτυχημένο θα χρειαστεί να υιοθετήσει μια ανταγωνιστική τακτική μάρκετινγκ μέσω της οποίας θα προχωρήσει στον σχεδιασμό του μίγματος μάρκετινγκ, προκειμένου να καταφέρει να καταστήσει το προϊόν της στην αγορά – στόχο της επιχείρησης ανώτερο από τα προϊόντα που προσφέρει ο ανταγωνισμός. Οι δράσεις οι οποίες θα επιτρέψουν στην επιχείρηση να κινηθεί αποτελεσματικά στην εν λόγω αγορά μπορούν να αναλυθούν μέσω των Τεσσάρων P, ήτοι: Product (Προϊόν), Price (Τιμή), Place (Τοποθεσία), Promotion (Πρωώθηση).

### **Προϊόν (Product)**

Με δεδομένο ότι η Εταιρία θα εμπορεύεται ένα προϊόν το οποίο είναι αυλό και σχετίζεται με ασφαλιστική κάλυψη, σε συνδυασμό με το γεγονός του ότι οι Έλληνες καταναλωτές διατηρούν επιφυλακτική στάση απέναντι στις ασφαλιστικές εταιρίες, η Εταιρία θα πρέπει να εστιάσει ιδιαίτερα στην δημιουργία μιας υγιούς κεφαλαιακής βάσης αποθεμάτων η οποία θα της επιτρέψει να παρέχει τις αποζημιώσεις προς τους ασφαλισμένους, διατηρώντας παράλληλα τα απαιτούμενα από τον νόμο αποθέματα. Με αυτόν τον τρόπο θα καταφέρει να δημιουργήσει σχέσεις εμπιστοσύνης με τους ασφαλισμένους οι οποίοι θα αισθάνονται σιγουριά για την οικονομική ευρωστία της Εταιρίας, ενώ παράλληλα θα προσπαθήσει να αποκτήσει το μερίδιο αγοράς που έχει στοχεύσει.

Αναφορικά με την ονομασία του προϊόντος επικράτησε η λογική της δημιουργίας ενός ονόματος το οποίο θα προβάλλει ξεκάθαρα τις εργασίες της Εταιρίας (on line ασφάλιση) και το οποίο θα ήταν ένα χαρακτηριστικό brand προς τους χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για την ασφάλιση του αυτοκινήτου τους. Με αυτόν τον τρόπο οι χρήστες θα μπορέσουν περιηγηθούν στον ιστότοπο της Εταιρίας και μέσω ενός πολύ φιλικού προς τον πελάτη site να μπορέσουν να γνωρίσουν την Εταιρία και τα προϊόντα της, πραγματοποιώντας με την συμπλήρωση μερικών στοιχείων τα οποία σχετίζονται με προσωπικά στοιχεία (ονοματεπώνυμο, Διεύθυνση και στοιχεία οδήγησης) μια άμεση τιμολόγηση, όπου σε περίπου 4,5 λεπτά ο καταναλωτής θα τιμολογείται και θα ασφαλιζεται εκτυπώνοντας ο ίδιος το Συμβόλαιο του, αποκομίζοντας όλα τα οφέλη της απευθείας ασφάλισης. Το προϊόν από την φύση του θα παρέχει ευελιξία χρήσης καθώς οι πελάτες σε περίπτωση που επιθυμούν να διατυπώσουν οποιαδήποτε απορία για την διαδικασία της ηλεκτρονικής υποβολής προσφοράς ή αν έχουν κάποια απορία σχετικά με το Συμβόλαιο τους, θα μπορούν να

επικοινωνούν με το τηλεφωνικό κέντρο της Εταιρίας όπου εξειδικευμένο προσωπικό θα δίνει απαντήσεις σε τυχόν ερωτήματα των πελατών.

Αναφορικά με τις παρεχόμενες καλύψεις των Ασφαλιστηρίων Συμβολαίων, οι υποψήφιοι πελάτες θα μπορούν να επιλέξουν μεταξύ 3 κατηγοριών προϊόντων:

**Πίνακας 3.11.** Κατηγορίες Ασφαλιστικών Προϊόντων & Καλύψεων

<b>ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΛΥΨΕΙΣ</b>	<b>ΒΑΣΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ</b>	<b>ΜΕΣΑΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ</b>	<b>ΠΛΗΡΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ</b>
Α.Ε. Τρίτων (Σωματικές Βλάβες & Υλικές Ζημιές)	X	X	<b>X</b>
Οδική Βοήθεια & Νομική Προστασία	X	X	<b>X</b>
Ρυμούλκηση Οχήματος	X	X	<b>X</b>
Πυρκαγιά		X	<b>X</b>
Ολική Κλοπή		X	<b>X</b>
Μερική Κλοπή		X	<b>X</b>
Φυσικά Φαινόμενα		X	<b>X</b>
Θραύση Κρυστάλλων		X	<b>X</b>
Προσωπικό Ατύχημα Οδηγού		X	<b>X</b>
Υλικές Ζημιές από Ανασφάλιστο Όχημα		X	<b>X</b>
Κάλυψη Αερόσακων		X	<b>X</b>
Φροντίδα Ατυχήματος		X	<b>X</b>
<b>Ίδιες Ζημιές</b>			<b>X</b>

### **Τιμή και Τιμολογιακή Πολιτική (Price)**

Εφόσον η υπό εξέταση μονάδα ακολουθήσει την Στρατηγική της Εστίασης με βάση το κόστος, στην περίπτωση αυτή θα εφαρμόσει χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τις παραδοσιακές Ασφαλιστικές Εταιρίες οι οποίες δεν πουλούν τα προϊόντα τους απευθείας μέσω του Διαδικτύου, προκειμένου να καταφέρει να αποσπάσει το μερίδιο



αγοράς που επιθυμεί. Στην προσπάθεια κατάρτισης τιμολογιακής πολιτικής η εξεταζόμενη μονάδα θα πρέπει να λάβει υπόψη της διάφορους παράγοντες, όπως η εκτίμηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των υποψήφιων πελατών, οι επικρατούσες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες καθώς επίσης και η τάση προς βελτίωση ή χειροτέρευση της οικονομίας η οποία αποτελεί βαρόμετρο για την συμπεριφορά των ασφαλισμένων.

Με βάση τα ανωτέρω θα ακολουθηθεί μια αρκετά ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική για την επίτευξη της οποίας όμως θα χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία την οποία διαθέτει η Εταιρία μέσω της κατάρτισης βάσεων δεδομένων ανά περιοχή της Αττικής, η οποία και θα αποτελέσει το χρήσιμο εργαλείο για τα στατιστικά της Εταιρίας. Από τα στοιχεία που θα συλλέγονται στις βάσεις δεδομένων, θα μπορεί να πραγματοποιείται η τιμολόγηση του υποψήφιου πελάτη σύμφωνα με το προφίλ του οδηγού, του οχήματος και του εκτιμώμενου τρόπου οδήγησης πετυχαίνοντας έτσι ανταγωνιστικές τιμές για τους πελάτες αλλά παράλληλα και πραγματοποίηση των προβλεπόμενων κερδών. Η εταιρία χρησιμοποιώντας τον ανωτέρω τρόπο τιμολόγησης εκτιμά ότι θα καταφέρει να πουλάει τα προϊόντα της σε τιμές χαμηλότερες από τον ανταγωνισμό της τάξης του 15% με 30%, μετακυλώντας το όφελος από την μη καταβολή προμηθειών σε συνεργάτες προς τους πελάτες της.

Ενδεικτικά μια εικονική τιμολόγηση για ένα αυτοκίνητο δεκαετίας, 1.400 κυβικών και αξίας Ευρώ 3.500 το οποίο θα επιλέξει να ασφαλιστεί με το μεσαίο πρόγραμμα ασφάλισης, το ετήσιο κόστος ασφάλισης θα διαμορφωθεί στο ποσό των Ευρώ 340, ενώ αντίστοιχα αν επέλεγε να ασφαλιστεί μέσω τον παραδοσιακών καναλιών ασφάλισης τότε αντίστοιχα το κόστος θα διαμορφωνόταν σε περίπου Ευρώ 500.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η Εταιρία θα παρέχει την δυνατότητα στους πελάτες της σε περίπτωση ασφάλισης, να επιλέγουν εφάπαξ ή εξάμηνο τρόπο πληρωμής των ασφαλίσεων με χρέωση λογαριασμού Τραπέζης ή πιστωτικής κάρτας ανάλογα με το τι επιθυμούν ανεξαρτήτως ποσού ασφαλίσεων.

### **Πρωώθηση (Promotion)**

Η επιχείρηση προκειμένου να καταφέρει να αυξήσει τις πωλήσεις της και να αποσπάσει το επιθυμητό μερίδιο αγοράς, θα πρέπει να προωθήσει τις υπηρεσίες της και την ποιότητα αυτών καθώς επίσης και τα ανταγωνιστικά ασφάλιστρα σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες της αγοράς. Τα προωθητικά εργαλεία τα οποία θα εξυπηρετήσουν τους στόχους της μονάδας θα είναι τα ακόλουθα:

- Διαφημιστική προβολή στο Διαδίκτυο σε ιστοσελίδες οι οποίες σχετίζονται με την Ιδιωτική Ασφάλιση αλλά και σε ιστοσελίδες που διαχειρίζονται μηχανές αναζήτησης.
- Διαφημιστική προβολή στον Περιοδικό Τύπο καθώς και σε μεγάλης εμβέλειας καθημερινές εφημερίδες.
- Προώθηση πωλήσεων μέσω της Ιστοσελίδας της Εταιρίας στην οποία θα παρέχεται αναλυτική πληροφόρηση για την Εταιρία και τα προγράμματα της
- Δημόσιες Σχέσεις

### **Δίκτυο Διανομής (Place)**

Με δεδομένο ότι η εταιρία δεν θα χρησιμοποιήσει διαμεσολαβούντες για την προώθηση των πωλήσεων και των προϊόντων της, δεν θα υπάρξουν κάποια άλλα δίκτυα διανομής πλην της ιστοσελίδας της μέσω της οποίας θα πραγματοποιηθούν όλες οι αγοραπωλησίες ασφαλίσεων.

### **3.9 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.**

Η ανάλυση S.W.O.T. θα χρησιμοποιηθεί προκειμένου να αποκτήσουμε μια εμπειριστατωμένη καταγραφή αναφορικά με την υφιστάμενη κατάσταση της επιχείρησης αλλά και των σχετικών τάσεων αυτής. Μέσα από τα αποτελέσματα της ανάλυσης S.W.O.T. θα αντλήσουμε σημαντική πληροφόρηση για την αναπτυξιακή πραγματικότητα της επιχείρησης καθώς και για τα σημεία στα οποία θα πρέπει να εστιάσει, προκειμένου να διορθώσει τις αδυναμίες της και να αποκτήσει αναπτυξιακή τροχιά.

Η ανάλυση S.W.O.T. υποδιαιρείται στις εξής επιμέρους ενότητες:

#### **A. Στοιχεία του εσωτερικού περιβάλλοντος:**

- **Τα ισχυρά σημεία της επιχείρησης (strengths)**, τα οποία συμβάλουν ουσιαστικά στην αξιοποίηση των ευκαιριών ενός οργανισμού και στην αντιμετώπιση των επερχόμενων απειλών.

- **Τις αδυναμίες της επιχείρησης (weaknesses)**, οι οποίες αφορούν τους παράγοντες εκείνους οι οποίοι μπορεί να υπονομεύσουν την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης ή να την εμποδίσουν να προχωρήσει σε αξιοποίηση πιθανών ευκαιριών.

## **B. Στοιχεία του εξωτερικού περιβάλλοντος:**

- **Τις ευκαιρίες της επιχείρησης (opportunities)**, που αφορούν συνθήκες οι οποίες μπορούν να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση καθώς επίσης και να τονώσουν την ζήτηση για το εν λόγω προϊόν.
- **Τις απειλές (threats)**, που αφορούν εκείνους τους παράγοντες οι οποίοι αποτελούν εμπόδια για την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Αν προχωρήσουμε σε μια αξιολόγηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων τις οποίες παρουσιάζει η DIRECT INSURANCE καθώς επίσης και των παραγόντων εκείνων οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν εμπόδιο στην ανάπτυξη της, τότε θα μπορούσαμε να πούμε ότι Ισχυρά – Αδύνατα σημεία καθώς και οι Ευκαιρίες – Απειλές, παρουσιάζονται ως εξής:

### **Ισχυρά σημεία:**

- Ισχυρή τεχνογνωσία πάνω στην λειτουργία των Ασφαλιστικών Επιχειρήσεων καθώς και ειδικότερα στην ασφάλιση αυτοκινήτου.
- Ισχυρή κεφαλαιακή επάρκεια αποθεμάτων καθώς επίσης και υποστήριξη του εγχειρήματος από ισχυρούς ομίλους εντός και εκτός της ασφαλιστικής αγοράς.
- Επένδυση σε εξειδικευμένη τεχνολογία για την παροχή υπηρεσιών ασφάλισης και ιδιαίτερα σε απευθείας ασφάλιση μέσω Διαδικτύου.
- Στελέχωση της Εταιρίας με εξειδικευμένο προσωπικό πάνω στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου αλλά και στην τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών.

- Εύρωστη οικονομική κατάσταση καθώς η Εταιρία δεν έχει υποστεί μειώσεις κεφαλαίων από συμμετοχές της σε Ομόλογα (PSI).

#### **Αδύναμα σημεία:**

- Το καταναλωτικό κοινό διατηρεί επιφυλάξεις απέναντι στις εταιρίες που ασφαλίζουν απευθείας καθώς έχει συνηθίσει την προσωπική επαφή με τον ασφαλιστικό σύμβουλο.
- Η επιλογή για δραστηριοποίηση μόνο στον Νομό Αττικής αφαιρεί σημαντικό μερίδιο της αγοράς από το μελλοντικό χαρτοφυλάκιο. Ανάλογα με την πορεία της επιχείρησης θα εξεταστεί και η δυνατότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

#### **Ευκαιρίες:**

- Η «δοκιμασμένη» ανοδική τάση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο αναφορικά με την απευθείας ασφάλιση, δημιουργεί προσδοκίες ότι το εν λόγω εγχείρημα θα πετύχει και στην Ελλάδα.
- Η τάση του καταναλωτικού κοινού για αναζήτηση οικονομικών λύσεων στην ασφάλιση αυτοκινήτου οι οποίες όμως θα υποστηρίζονται από εύρωστες οικονομικά εταιρίες.
- Η προσπάθεια για δημιουργία διαφορετικής κουλτούρας και νοοτροπίας στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου και η προσπάθεια διαμόρφωσης ενός διαφορετικού τρόπου εξυπηρέτησης των ασφαλισμένων.
- Η υποχρεωτική από τον νόμο ασφάλιση αυτοκινήτου σε συνδυασμό με την αναζήτηση οικονομικών λύσεων δημιουργεί ευκαιρίες για περαιτέρω αύξηση του χαρτοφυλακίου, ειδικά σε μια επιχείρηση η οποία προωθεί οικονομικές λύσεις στην ασφάλιση.

### **Απειλές:**

- Ύπαρξη ισχυρού ανταγωνισμού από το σύνολο των Εταιριών οι οποίες δραστηριοποιούνται στον χώρο ασφάλισης αυτοκινήτου.
- Συνεχής συμπίεση του κόστους ασφάλισης προκειμένου οι ανταγωνιστές να διατηρήσουν τα μερίδια αγοράς, η οποία οδηγεί σε συνεχή μείωση των ασφαλίστρων αλλά και της κερδοφορίας των Εταιριών.
- Επέκταση των υφισταμένων εταιριών οι οποίες δραστηριοποιούνται στον παραδοσιακό χώρο ασφάλισης αυτοκινήτου και στην απευθείας ασφάλιση.

Από την ανωτέρω S.W.O.T. ανάλυση προκύπτει ότι η στρατηγική της Εταιρίας θα πρέπει να στραφεί προς την παροχή υπηρεσιών ασφάλισης υψηλού επιπέδου με την χρήση καινοτόμων τεχνολογιών, παρέχοντας παράλληλα ανταγωνιστικό κόστος ασφάλισης προς τους ασφαλισμένους μετακυλώντας σε αυτούς τα οφέλη από την μη καταβολή προμηθειών.

## **3.10. ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **3.10.1. Έσοδα από Πωλήσεις**

Η εκτίμηση του συνολικού ύψους των πωλήσεων θα πραγματοποιηθεί σε ετήσια βάση αρχής γενομένης από το 2012, έτος κατά το οποίο θα πραγματοποιηθεί η έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και θα αφορά την χρονική περίοδο 2012 - 2019. Σύμφωνα με όσα έχουν αναφερθεί και στους στόχους του Μάρκετινγκ, τα συνολικά έσοδα των πωλήσεων θα παρουσιαστούν σε συνδυασμό με τον αριθμό των ασφαλισμένων οχημάτων με ένα μέσο ασφαλιστρο της τάξης των Ευρώ 600 για τα πρώτα τρία (3) έτη, Ευρώ 650 για τα επόμενα τρία (3) και τέλος Ευρώ 680 για τα επόμενα δύο (2). Να σημειωθεί ότι τα εν λόγω ασφαλίστρα κρίνονται απολύτως λογικά, λαμβάνοντας υπόψη την πληθώρα των ηλικιών των ασφαλισμένων οχημάτων καθώς και τα προσφερόμενα προγράμματα ασφάλισης τα οποία ειδικά για τα καινούργια οχήματα θα αποφέρουν ένα αρκετά σημαντικό έσοδο στην Εταιρία. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η εκτίμηση της πορείας των εσόδων για τα προαναφερθέντα έτη:

### Πίνακας 3.12.

Προβλεπόμενα Έσοδα της Εταιρίας για τα Έτη 2012 – 2019

ΕΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΜΕΝΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ
2012	50.000	30.000.000
2013	55.000	33.000.000
2014	60.500	36.300.000
2015	66.550	43.258.000
2016	73.200	47.580.000
2017	80.525	52.342.000
2018	88.580	60.233.000
2019	97.435	66.257.000

#### 3.10.2 Προσδιορισμός του Κόστους του Μάρκετινγκ

Προκειμένου η Εταιρία να μπορέσει να καθιερώσει την παρουσία της στην ασφαλιστική αγορά και παράλληλα να γίνει ανταγωνιστική και γνωστή στο ευρύ κοινό, θα πρέπει να προχωρήσει σε πολιτική προώθησης και προβολής των προϊόντων της η οποία θα την βοηθήσει να επιτευχθούν οι στόχοι του Μάρκετινγκ. Οι τρόποι που θα ακολουθήσει η Εταιρία, θα είναι οι εξής:

- Προβολή στην Ιστοσελίδα της Εταιρίας:

Η Εταιρία θα διαθέτει ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο η οποία και θα παρουσιάζει εκτενώς την εταιρία και τα προϊόντα της, τους μετόχους της Εταιρίας με ένα σύντομο βιογραφικό για τον καθένα, τον τρόπο λειτουργίας της καθώς επίσης και τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Ο υποψήφιος πελάτης θα μπορεί μέσω της ιστοσελίδας να αντλεί πολύ χρήσιμες πληροφορίες για την Εταιρία, τα προϊόντα και τον τρόπο λειτουργίας της ενώ παράλληλα θα μπορεί αν επιθυμεί συμπληρώνοντας κάποια πεδία να λαμβάνει προσφορά ασφάλισης για το όχημα του. Επίσης θα μπορεί να ενημερώνεται για διάφορα θέματα τα οποία

σχετίζονται με την ασφάλιση αυτοκινήτου. Η ιστοσελίδα της επιχείρησης θα είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι πολύ φιλική προς τον χρήστη.

- Διαφήμιση στον Περιοδικό Τύπο και σε Εφημερίδες

Η εταιρία θα προχωρήσει σε διαφήμιση των δραστηριοτήτων της σε έντυπα καθημερινής κυκλοφορίας προκειμένου να γίνει γνωστή η παρουσία της στο ευρύ κοινό.

- Διαφήμιση στο Διαδίκτυο και προβολή σε μηχανές αναζήτησης

Η Εταιρία θα φροντίσει να προβάλλει την παρουσία της κατά κύριο λόγο στο Διαδίκτυο το οποίο και θα αποτελέσει τον κύριο μέσο προβολής της. Μέσα από το Διαδίκτυο θα φροντίσει να διαφημίσει την έναρξη των δραστηριοτήτων της, ενώ παράλληλα σε συνεργασία με εταιρίες οι οποίες χειρίζονται μηχανές αναζήτησης θα έρθει σε συμφωνία έτσι ώστε σε κάθε χρήστη που θα τις επιλέγει για αναζήτηση, να εμφανίζεται διαφήμιση με το λογότυπο της Εταιρίας όπου αν κάποιος το επιλέξει θα μπορεί να μεταβεί στην ιστοσελίδα της Εταιρίας.

- Δημόσιες Σχέσεις

Στα πλαίσια των δραστηριοτήτων προβολής της επιχείρησης, οι μέτοχοι θα χρησιμοποιήσουν το εύρος των δημοσίων σχέσεων που διαθέτουν προκειμένου να γνωστοποιήσουν την έναρξη δραστηριοτήτων της Εταιρίας και να προσελκύσουν μελλοντικούς πελάτες απευθείας. Να σημειωθεί ότι στο τμήμα των Δημοσίων Σχέσεων θα συμπεριληφθούν κάθε είδους έξοδα πέρα των ανωτέρω στα οποία μπορεί να προβεί η Εταιρία για την προσέλκυση πελατών.

Με βάση τον συνδυασμό των ανωτέρω στοιχείων υπολογίζουμε ότι το κόστος του Μάρκετινγκ θα διαμορφωθεί περίπου στο επίπεδο του 7% επί του συνόλου των πωλήσεων, το οποίο είναι απολύτως εύλογο με βάση τις ανωτέρω δραστηριότητες προώθησης της επιχείρησης.

**Πίνακας 3.13**

Εκτίμηση Κόστους Μάρκετινγκ (ανά έτος)

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>
<b>2012</b>	30.000.000	2.100.000
<b>2013</b>	33.000.000	2.310.000
<b>2014</b>	36.300.000	2.541.000
<b>2015</b>	43.258.000	3.028.000
<b>2016</b>	47.580.000	3.330.000
<b>2017</b>	52.342.000	3.664.000
<b>2018</b>	60.233.000	4.216.000
<b>2019</b>	66.257.000	4.638.000



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ & ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

#### **4.1 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ**

Η DIRECT INSURANCE είναι εταιρία παροχής υπηρεσιών, ως εκ τούτου οι πρώτες ύλες αλλά και τα απαιτούμενα εφόδια συνίστανται ουσιαστικά στην δημιουργία βάσης στατιστικών δεδομένων για τον χειρισμό του πελατολογίου καθώς και στα αναλώσιμα γραφικής ύλης, ηλεκτρονικών υπολογιστών και μηχανημάτων γραφείου.

Ως πρώτη ύλη η Εταιρία θα χρησιμοποιήσει τις πληροφορίες τις οποίες θα αντλήσει από το πελατολόγιο της προκειμένου να καταρτίσει μια βάση στατιστικών δεδομένων, η οποία θα την βοηθήσει να καταρτίσει πίνακες τόσο ανά περιοχή στον Νομό Αττικής όσο και ανά ηλικιακή ομάδα. Οι εν λόγω πίνακες θα αποτελέσουν τα ουσιαστικά εργαλεία της Εταιρίας τα οποία θα την βοηθήσουν να καταρτίσει με μεγαλύτερη ακρίβεια το κόστος ασφάλισης ανάλογα με το προφίλ και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του οδηγού.

Για τις εν λόγω μετρήσεις θα χρησιμοποιηθούν κάποια στατιστικά πακέτα εξειδικευμένα στο αντικείμενο του αναλογισμού των Γενικών Ασφαλίσεων ενώ οι εν λόγω αναλύσεις θα πραγματοποιηθούν από τους Διευθύνοντες Συμβούλους της Εταιρίας, οι οποίοι διαθέτουν αξιόλογη εμπειρία πάνω σε τέτοιου είδους αναλύσεις.

#### **4.2 ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Τα λοιπά εφόδια τα οποία θα χρησιμοποιήσει η Εταιρία ανήκουν στην κατηγορία των αναλώσιμων γραφικής ύλης.

Στον όρο αναλώσιμα γραφικής ύλης, περιλαμβάνονται τα εξής:

- Αναλώσιμα και γραφική ύλη ήτοι στυλό, μολύβια, μπλοκ σημειώσεων, χαρτιά A4 & A, μαρκαδόροι, χάρακες, συνδετήρες κ.α.
- Μηχανήματα γραφείου ήτοι, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, εκτυπωτικά μηχανήματα, τηλεφωνικές συσκευές, φαξ, μηχανήματα σκάνερ κ.α.
- Ανταλλακτικά μηχανημάτων γραφείου, στα οποία περιλαμβάνονται τα ανταλλακτικά των ανωτέρω μηχανημάτων.

Το κόστος για τα αναλώσιμα προϊόντα παρουσιάζεται στον πίνακα ο οποίος ακολουθεί. Αξίζει να σημειωθεί ότι το κόστος της Εταιρίας αναφορικά με το χαρτί A4 & A3 που θα χρησιμοποιεί, θα είναι αρκετά χαμηλό καθώς ως μια εταιρία η οποία χρησιμοποιεί ως κύριο μέσο εργασίας της το Διαδίκτυο και έχοντας επενδύσει πάρα πολύ σε τεχνολογία, θα εφαρμόσει από την έναρξη λειτουργίας της την νομοθεσία της Επιτροπής Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης αναφορικά με την τήρηση του «ηλεκτρονικού φακέλου» και θα διατηρεί στα ηλεκτρονικά της αρχεία της το σύνολο του φακέλου ενός ασφαλισμένου προσώπου (από την αίτηση ασφάλισης και τυχόν πρόσθετες πράξεις και αποζημιώσεις μέχρι εντολή ακύρωσης του ασφαλιστηρίου).

Με αυτόν τον τρόπο θα καταφέρει να μειώσει αρκετά από τα λειτουργικά της έξοδα και τα έξοδα για τέτοιου είδους εφόδια, καθώς το χαρτί είναι από τα κύρια εφόδια εργασίας των ασφαλιστικών εταιριών και η εκτεταμένη χρήση του δημιουργεί αυξημένο λειτουργικό κόστος. Φυσικά θα το χρησιμοποιεί στις περιπτώσεις εκείνες που οι πελάτες δεν θα μπορούν να τυπώσουν μόνοι τους το Συμβόλαιο και ως εκ τούτου θα πρέπει να τους αποσταλεί ηλεκτρονικά καθώς επίσης και όταν θα πρέπει να στείλει συστημένες επιστολές ακύρωσης των Ασφαλιστηρίων Συμβολαίων, αλλά σε κάθε περίπτωση η χρήση του θα είναι σε σημαντικό βαθμό περιορισμένη.

Τέλος αναφορικά με τα χρησιμοποιηθέντα εφόδια θα πρέπει να συνυπολογιστεί και το κόστος για την Δ.Ε.Η.

#### **4.2.1 Περιγραφή Δεδομένων Επιλογής Εφοδίων**

Αναφορικά με την επιλογή των εφοδίων αναλωσίμων και ανταλλακτικών μηχανημάτων, η Εταιρία όσον αφορά τα αναλώσιμα θα επιλέξει υλικά τα οποία θα συνδυάζουν την υψηλή ποιότητα στην καλύτερη δυνατή τιμή ανά κατηγορία μεγέθους και ανά τεμάχιο.

Σχετικά με τα μηχανήματα γραφείου θα επιλεγούν μηχανήματα τα οποία θα έχουν συμβατό λογισμικό με ασφαλιστικές εργασίες και η προμήθεια θα γίνει από έναν προμηθευτή προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή σχέση τιμής – κόστους. Όσον αφορά τα ανταλλακτικά, θα ληφθεί υπόψη η ποιότητα κατασκευής τους και η συμβατότητα τους με τις μηχανές γραφείου σε συνδυασμό με το κόστος απόκτησης αυτών.

Τέλος όσον αφορά την υπηρεσία του Ηλεκτρισμού η επιχείρηση θα προμηθεύεται το ρεύμα από την Δ.Ε.Η. καθώς δεν υπάρχουν κριτήρια επιλογής. Παρά το γεγονός της ύπαρξης εναλλακτικών προμηθευτών όπως για παράδειγμα εταιρίες φωτοβολταϊκών, εταιρίες εισαγωγής ηλεκτρικής ενέργειας κ.α. η ηλεκτρική ενέργεια πωλείται στην Δ.Ε.Η. γεγονός το οποίο την καθιστά ως μοναδικό πάροχο ηλεκτρικής ενέργειας.

#### 4.2.2 Υπολογισμός του Κόστους Αναλωσίμων και άλλων Εφοδίων

Το κόστος για τα ανωτέρω αναλώσιμα και άλλα εφόδια παρουσιάζεται στους πίνακες που ακολουθούν. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι για τον υπολογισμό του λαμβάνεται υπόψη ότι για τα επόμενα πέντε χρόνια δεν θα υπάρξουν ουσιαστικές διαφοροποιήσεις στα εν λόγω κόστη, καθώς επίσης και ότι ο πληθωρισμός διαμορφώνεται στα επίπεδα του 3% σε ετήσια βάση.

##### Πίνακας 4.1

Κόστη έτους 2012 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών - ΔΕΗ

Αναλώσιμα Προϊόντα	10.000
Μηχανήματα Γραφείου	30.000
Ανταλλακτικά Μηχανημάτων Γραφείου	5.000
Ηλεκτρισμός	25.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>70.000</b>

##### Πίνακας 4.2

Κόστη έτους 2013 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών - ΔΕΗ

Αναλώσιμα Προϊόντα	10.300
Μηχανήματα Γραφείου	30.900
Ανταλλακτικά Μηχανημάτων Γραφείου	5.150
Ηλεκτρισμός	25.750
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>72.100</b>

**Πίνακας 4.3**

Κόστη έτους 2014 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών - ΔΕΗ

Αναλώσιμα Προϊόντα	10.610
Μηχανήματα Γραφείου	31.830
Ανταλλακτικά Μηχανημάτων Γραφείου	5.305
Ηλεκτρισμός	26.520
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>74.260</b>

**Πίνακας 4.4**

Κόστη έτους 2015 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών - ΔΕΗ

Αναλώσιμα Προϊόντα	10.930
Μηχανήματα Γραφείου	32.785
Ανταλλακτικά Μηχανημάτων Γραφείου	5.465
Ηλεκτρισμός	27.315
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>76.490</b>

**Πίνακας 4.5**

Κόστη έτους 2016 Αναλώσιμων – Μηχανημάτων – Ανταλλακτικών - ΔΕΗ

Αναλώσιμα Προϊόντα	11.260
Μηχανήματα Γραφείου	33.770
Ανταλλακτικά Μηχανημάτων Γραφείου	5.630
Ηλεκτρισμός	28.135
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>78.785</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

## 5.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η Direct Insurance αποτελεί μια Ασφαλιστική Εταιρία παροχής υπηρεσιών ασφάλισης μέσω του Διαδικτύου. Ως εκ τούτου και με δεδομένο ότι οι υπηρεσίες που παρέχει είναι μέσω της χρήσης της τεχνολογίας, θα χρησιμοποιήσει αντίστοιχα μηχανολογία και τεχνολογία η οποία θα είναι αρκετά υψηλής ποιότητας και ταχύτητας για να μπορέσει να ανταποκριθεί στην ζήτηση εκ μέρους των ασφαλισμένων. Μια από τις σημαντικές δραστηριότητες της αφορά την υποβολή προσφορών ασφάλισης, κατά την οποία έχει θέσει ως έναν από τους κύριους στόχους της ο υποψήφιος πελάτης εντός 4,5 λεπτών να λαμβάνει την προσφορά του και να ασφαρίζεται. Προκειμένου να πετύχει αυτόν τον στόχο θα χρειαστεί να χρησιμοποιηθούν μηχανήματα τα οποία θα έχουν εξαιρετική απόδοση στην ταχύτητα επεξεργασίας των δεδομένων και τα οποία θα μπορούν να στηρίξουν τις εργασίες της Εταιρίας όταν θα δέχονται μαζικές επισκέψεις από πελάτες που επιθυμούν να ασφαλιστούν. Η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί θα στηρίξει προφανώς και την εικόνα της επιχείρησης προς τους πελάτες της καθώς δεν θα πρέπει να υπάρξουν δυσλειτουργίες ή διακοπές του συστήματος.

Απαραίτητα μηχανήματα για να υπάρξει άρτια λειτουργία της επιχείρησης και σύμφωνη με το επίπεδο παροχής υπηρεσιών που οι ιθύνοντες επιθυμούν να παρέχουν, είναι τα κάτωθι:

- Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (ERP SYSTEMS)
- Υψηλής ταχύτητας Servers
- Ηλεκτρονικοί υπολογιστές υψηλών προδιαγραφών και ταχύτητας
- Φωτοαντιγραφικά μηχανήματα υψηλής ποιότητας και ταχύτητας με δυνατότητα εκτύπωσης μεγάλου αριθμού σελίδων ημερησίως χωρίς διακοπή ή / και βλάβες
- Τηλεφωνικές συσκευές οι οποίες θα διαθέτουν ακουστικά
- Σύγχρονο Τηλεφωνικό κέντρο με αυτόματη ενημέρωση κλήσεων

Τα ανωτέρω θα πρέπει να είναι δοκιμασμένα σε παρόμοιες περιπτώσεις, καθώς επίσης και να παρέχουν την δυνατότητα για μελλοντική βελτίωση σε περίπτωση που

χρειαστεί (αναβάθμιση λειτουργιών). Ειδικά η δυνατότητα βελτίωσης των μηχανημάτων είναι πολύ σημαντική καθώς με δεδομένο του ότι για το πρώτο έτος ο αριθμός των ασφαλισμένων υπολογίζεται ότι θα διαμορφωθεί περίπου σε 48.000, με προβλεπόμενο ρυθμό αύξησης αυτών της τάξης του 10% για τα επόμενα πέντε χρόνια και καθώς οι πελάτες οι οποίοι θα επισκέπτονται τον ιστότοπο της Εταιρίας (site) θα υπερβαίνουν αρκετά τον αριθμό των ασφαλισμένων, θα πρέπει η διαθέσιμη τεχνολογία να έχει την δυνατότητα αναβάθμισης έτσι ώστε να μπορεί να ανταπεξέλθει σε μελλοντική αύξηση των πωλήσεων και των επισκέψεων στον ιστότοπο της.

Το σημαντικότερο «εργαλείο» της επιχείρησης από τεχνολογικής άποψης είναι τα Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (ERP SYSTEMS) για τα οποία και θα αναφερθούμε κατωτέρω.

### **5.1.1 Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού**

Με τον όρο Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (Enterprise Resource Planning Systems) εννοούμε τα ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα τα οποία διαχειρίζονται και συντονίζουν όλες τις λειτουργίες και διαδικασίες που λαμβάνουν χώρα σε μια επιχείρηση καθώς και τους κάθε φύσεως πόρους (οικονομικούς, ανθρώπινους κλπ) που απαιτούνται για την διεκπεραίωση τους. Τα εν λόγω συστήματα ενσωματώνουν εσωτερικές και εξωτερικές πληροφορίες διαχείρισης σε έναν ολόκληρο οργανισμό συνδυάζοντας χρηματοδότηση, λογιστική, κατασκευή, πωλήσεις και υπηρεσίες, διαχείριση πελατειακών σχέσεων κτλ. Μέσω των ERP συστημάτων οι δραστηριότητες αυτές αυτοματοποιούνται με μια ολοκληρωμένη εφαρμογή λογισμικού. Ο σκοπός τους είναι να διευκολύνουν τη ροή των πληροφοριών μεταξύ όλων των επιχειρησιακών λειτουργιών μέσα στα όρια της οργάνωσης και να καταφέρουν τις συνδέσεις προς τα έξω με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Τα συστήματα ERP μπορούν να εκτελεστούν σε μια ποικιλία υλικού και διαμορφώσεις δικτύου που απασχολούν συνήθως μια βάση δεδομένων ως αποθήκη για πληροφορίες, ενώ τυπικά ακολουθούν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Ένα ολοκληρωμένο σύστημα που λειτουργεί σε πραγματικό χρόνο (ή κοντά σε πραγματικό χρόνο), δίχως να βασίζεται σε περιοδικές ενημερώσεις



- Μια κοινή βάση δεδομένων που υποστηρίζει όλες τις εφαρμογές.
- Μια συνεπής εμφάνιση και αίσθηση σε κάθε ενότητα.

Τα ERP συστήματα συνδέονται με δεδομένα σε πραγματικό χρόνο και με τα στοιχεία των συναλλαγών με ποικίλους τρόπους, ενώ είναι ρυθμισμένα από συστήματα ολοκληρωμένων λύσεων που φέρουν μοναδική γνώση πάνω στην διαδικασία, εξοπλισμό και λύσεις για την Εταιρία. Σε πολλές από τις επιχειρήσεις οι οποίες τα εγκαθιστούν η λειτουργία τους λαμβάνει χώρα σε ένα εκτεταμένο πεδίο λειτουργιών, αλλά συνήθως όχι σε όλες τις λειτουργίες.

Για την περίπτωση του επενδυτικού μας σχεδίου μια από τις πολύ σημαντικές λειτουργίες αποτελεί το υποσύστημα Πωλήσεων και Marketing, όπου μέσω των συστημάτων ERP μπορεί να πραγματοποιηθεί η συμπλήρωση των στοιχείων προσφοράς ασφάλισης για τον πελάτη, η ανάλυση των στοιχείων του, η τιμολόγηση του, η διαχείριση των συμβολαίων, τα μητρώα των πελατών, η κατάρτιση των στατιστικών στοιχείων για τις πωλήσεις. Επίσης εσωτερικά για την Εταιρία θα μπορούσε να υποστηριχθεί η εξυπηρέτηση πελατών και το Μάρκετινγκ, η ανάλυση οφειλών καθώς και προβλέψεις για την μελλοντική ζήτηση.

Τα ανωτέρω αφορούν κυρίως την λειτουργία των πωλήσεων, ενώ μπορούν να λάβουν χώρα στο σύνολο των λειτουργιών μια Εταιρίας ήτοι Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης, Ανθρώπινων Πόρων, Συντήρησης Εξοπλισμού, Διαχείρισης Ποιότητας κ.α.

Μερικά από τα οφέλη της χρήσης των συστημάτων είναι:

- Η αποδοτική διαχείριση μεταξύ των πόρων της Εταιρίας (τεχνολογίας και ανθρώπινων πόρων) με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η μείωση του κόστους παραγωγής με παράλληλη βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας.
- Η όσο το δυνατόν γρηγορότερη εκτέλεση προσφορών ασφάλισης
- Η μείωση του κόστους λειτουργίας της επιχείρησης με την εκτενέστερη χρήση της τεχνολογίας
- Η αποφυγή λαθών και καθυστερήσεων και η διαμόρφωση θετικής εικόνας προς τους πελάτες

Πέραν των ανωτέρω για τις Ασφαλιστικές Εταιρίες τα εν λόγω συστήματα έχουν και μια επιπλέον πολύ σημαντική χρήση, καθώς βοηθούν ουσιαστικά στην συμμόρφωση των Εταιριών με το κανονιστικό πλαίσιο μέσα από την συγκέντρωση των στοιχείων. Επίσης βοηθούν ουσιαστικά στην ανάλυση του τεράστιου όγκου πληροφοριών που οι Εταιρίες διαθέτουν, καθοδηγώντας σε πολλές περιπτώσεις τα στελέχη των Εταιριών προς την λήψη αποφάσεων οι οποίες είναι σημαντικές για τη Εταιρία και τους ίδιους. Αν επίσης συνυπολογίσουμε το γεγονός του ότι σύμφωνα με τελευταίες έρευνες ένα ποσοστό της τάξης του 53% των στελεχών διαθέτουν στοιχεία αναφορικά με το πελατολόγιο τους τα οποία δεν γνωρίζουν τον τρόπο να τα αξιοποιήσουν, τότε μπορεί κάποιος να αντιληφθεί την σημασία των Συστημάτων Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού για μια επιχείρηση. Φυσικά κρίσιμος τομέας για την λειτουργία μιας επιχείρησης αποτελεί ο τομέας της Εξυπηρέτησης πελατών και η χρήση των συστημάτων μπορεί να είναι ο παράγοντας «κλειδί» που θα βοηθήσει την Εταιρία να επιβιώσει από τον ανταγωνισμό και να εφαρμόσει μια πιο επιθετική πολιτική.

Από τα ανωτέρω μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα για την σπουδαιότητα των Συστημάτων Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού τα οποία και θα αποτελέσουν την σημαντικότερη ίσως επένδυση από πλευράς μηχανολογικού εξοπλισμού στην Εταιρία μας. Κατωτέρω ακολουθεί το κόστος απόκτησης του Μηχανολογικού Εξοπλισμού της επιχείρησης.

## **5.2 ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

### **5.2.1 Δίκτυο Η/Υ**

Το δίκτυο των Η/Υ είναι πάρα πολύ σημαντικό καθώς διαμορφώνει την συνεχή και άμεση ροή των πληροφοριών παρέχοντας ουσιαστικά ανατροφοδότηση και ανάλυση των στοιχείων προς τους επιτελείς της επιχείρησης. Προκειμένου να δημιουργηθεί το δίκτυο Η/Υ είναι απαραίτητη η ύπαρξη server μέσω του οποίου συνδέονται οι υπόλοιποι υπολογιστές. Αναφορικά με το κόστος των Η/Υ σε αυτό συμπεριλαμβάνονται και οι εργασίες εγκατάστασης του δικτύου καθώς επίσης και τα έξοδα συντήρησης. Να σημειωθεί ότι με δεδομένο του ότι η Εταιρία που θα προμηθεύσει τους Η/Υ και θα οργανώσει το δίκτυο αυτών θα παρέχει και την συντήρηση, για τα δύο πρώτα έτη η συντήρηση αυτών θα παρέχεται χωρίς επιπλέον κόστος. Ως εκ τούτου και λαμβάνοντας υπόψη ότι θα χρειαστούν περίπου 25 Η/Υ, 2 server καθώς και τα Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Προγραμματισμού (ERP Systems), το κόστος δημιουργίας αυτού του δικτύου διαμορφώνεται ως εξής:

### Πίνακας 5.1.

Κόστος Δικτύου Η/Υ & Εγκατάστασης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ / ΜΟΝΑΔΑ	ΤΕΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
Η/Υ	25	1.000	<b>25.000</b>
ERP SYSTEMS	1	200.000	<b>200.000</b>
Modem, ADSL	5	1.000	<b>5.000</b>
Εγκατάσταση Δικτύου			<b>10.000</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>			<b>240.000</b>

### 5.2.2 Μηχανήματα Γραφείου

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η Εταιρία θα χρησιμοποιεί χαρτί για τις εργασίες της καθώς σε μερικές περιπτώσεις θα πρέπει να τυπώνει και να αποστέλλει Ασφαλιστήρια Συμβόλαια, επιστολές ακύρωσης προς τους πελάτες σε περίπτωση μη πληρωμής ασφαλιστρών, πρόσθετες πράξεις ή και Ασφαλιστήρια αν οι πελάτες δεν διαθέτουν πρόσβαση σε Η/Υ καθώς και σε κάποιες εξαιρετικές περιπτώσεις θα χρειαστεί να τυπώνεται η ηλεκτρονική αλληλογραφία που έχει ανταλλαχθεί με αυτούς (π.χ. σε περίπτωση ζημιάς), θα χρειαστεί να προμηθευτεί με δύο (2) φωτοαντιγραφικά μηχανήματα υψηλής ανάλυσης και ταχύτητας τα οποία θα υποστηρίζουν και λειτουργίες τηλεομοιότυπου (φαξ). Το κόστος των μηχανημάτων αυτών θα ανέλθει σε Ευρώ 10.000 έκαστο, ήτοι συνολικό κόστος Ευρώ 20.000.

### 5.2.3 Τηλεφωνικό Δίκτυο

Αναφορικά με το τηλεφωνικό δίκτυο αυτό θα αποτελείτε από 10 τηλεφωνικές γραμμές καθώς το μεγαλύτερο μέρος των εργασιών της επιχείρησης αφορά την εξυπηρέτηση των πελατών, τόσο σε επίπεδο προασφαλιστικό (προσφορές ασφάλισης) όσο και σε επίπεδο εξυπηρέτησης μετά την σύναψη της ασφάλισης (αιτήματα μεταβολών στο Ασφαλιστήριο, αναγγελίες ζημιών κ.α.). Προκειμένου να υπάρξει άρρηκτη λειτουργία του δικτύου είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός σύγχρονου τηλεφωνικού κέντρου μέσω του οποίου θα συνδέονται οι τηλεφωνικές γραμμές και οι τηλεφωνικές συσκευές.

### Πίνακας 5.2.

#### Κόστος τηλεφωνικού Δικτύου

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ / ΜΟΝΑΔΑ	ΤΕΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
ISDN	3	500	1.500
Τηλεφωνικές Συσκευές	25	150	3.750
Εγκατάσταση Δικτύου			5.750
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>			<b>10.000</b>

Αν θέλουμε να συνοψίσουμε το κόστος των μηχανημάτων και της τεχνολογίας σε έναν πίνακα, τότε προκύπτουν τα κάτωθι:

#### Πίνακας 5.3

##### Κόστος Μηχανημάτων και Τεχνολογίας

Κόστος Δικτύου Η/Υ & Εγκατάστασης	240.000
Μηχανήματα Γραφείου	20.000
Κόστος Τηλεφωνικού Δικτύου	10.000
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>270.000</b>

### 5.3 ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η επιχείρηση θα στεγαστεί σε ήδη υφιστάμενα γραφεία τα οποία φυσικά θα αναδιαμορφώσει και θα ανακατασκευάσει προκειμένου να ταιριάζει με το προφίλ της. Λαμβάνοντας υπόψη τα τμήματα τα οποία θα συσταθούν σε συνδυασμό με τα μηχανήματα τα οποία θα χρησιμοποιήσει, η συνολική επιφάνεια των γραφείων της θα είναι περίπου 800 τ.μ. Οι χώροι της επιχείρησης θα διακρίνονται σε: α) Γραφειακοί, β) Χώροι στέγασης τεχνολογίας και γ) σε μικρό αποθηκευτικό χώρο. Ως εκ τούτου η κατασκευαστική εταιρία η οποία θα αναλάβει την ανακατασκευή των εγκαταστάσεων θα πρέπει να προβεί σε έργα τα οποία αφορούν τις κατηγορίες:

- Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης

- Ανακατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων

Το συνολικό κόστος των εργασιών της κατασκευαστικής εταιρίας θα διαμορφωθεί σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

#### Πίνακας 5.4

Κόστος Ανακατασκευής

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΚΟΣΤΟΣ
Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης	30.000
Ανακατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων	200.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>230.000</b>

Εκτός όμως από το κόστος των εργασιών για την ανακατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων, θα πρέπει να υπολογιστεί και ένα επιπλέον έξοδο το οποίο θα αφορά την συντήρηση των κτιριακών εγκαταστάσεων καθώς και των λοιπών υποδομών που έχουν δημιουργηθεί στους εν λόγω χώρους. Το κόστος των εργασιών αυτών έχει υπολογιστεί όπως φαίνεται στον κάτωθι πίνακα αναπροσαρμοσμένο κατά το ποσοστό του 1,5%, όσο δηλαδή προβλέπεται ότι θα είναι ο μέσος πληθωρισμός για τα επόμενα πέντε έτη.

#### Πίνακας 5.5

Κόστος συντήρησης εργασιών

ΕΤΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
2012	Εργασίες συντήρησης κτιρίου και λοιπών έργων υποδομής	5.500
2013		5.590
2014		5.675
2015		5.760
2016		5.845

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

## **6.1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

Με τον όρο οργάνωση αναφερόμαστε στον τρόπο με τον οποίο οι λειτουργίες και δραστηριότητες μιας επιχείρησης δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες. Αυτές οι οργανωσιακές μονάδες αντιπροσωπεύονται από το διευθυντικό προσωπικό, τους επιτελείς των τμημάτων καθώς επίσης και το εργατικό δυναμικό (υπάλληλοι) και έχουν ως κύριο στόχο τον συντονισμό και τον έλεγχο απόδοσης της επιχείρησης σε συνδυασμό με την απώτερο στόχο, ήτοι την επίτευξη επιχειρηματικών στόχων.

### **6.1.1 Οργανωσιακές Λειτουργίες**

Οι οργανωσιακές λειτουργίες μιας επιχείρησης αποτελούν τις βάσεις της εταιρίας πάνω στους οποίους θα στηριχτεί η λειτουργία της και ως εκ τούτου είναι πολύ σημαντικό να καθορίζονται ευκρινώς, έτσι ώστε να διευκολύνεται και η περαιτέρω τμηματοποίηση τους. Στην περίπτωση της Direct Insurance, οι οργανωσιακές μονάδες της επιχείρησης μπορούν να ομαδοποιηθούν στις ακόλουθες κατηγορίες:

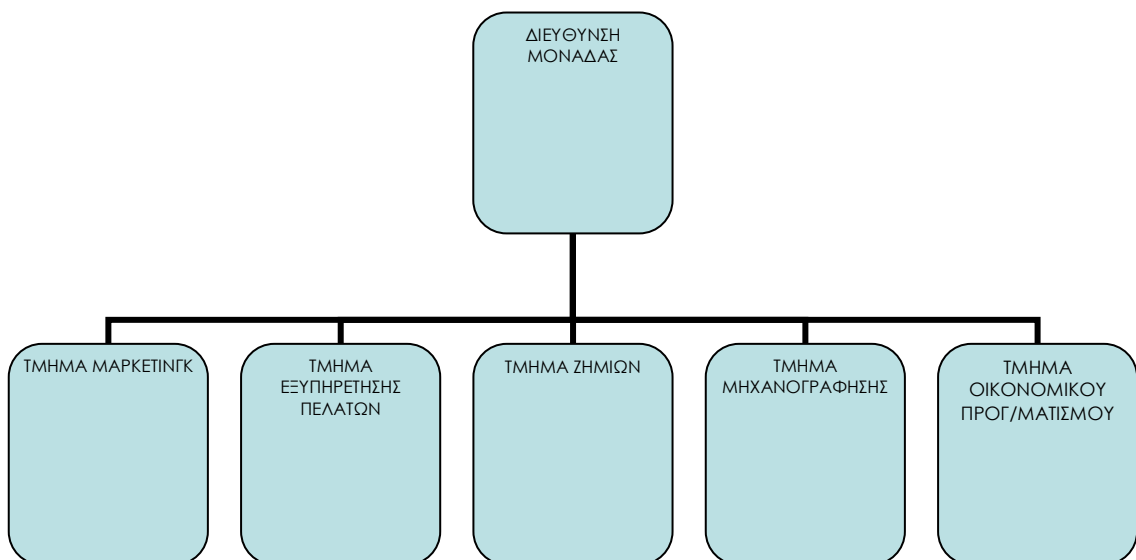
- **Διεύθυνση Μονάδας**
- **Τμήμα Μάρκετινγκ**
- **Τμήμα Εξυπηρέτησης πελατών**
- **Τμήμα Ζημιών**
- **Τμήμα Μηχανογράφησης**
- **Τμήμα Οικονομικού Προγραμματισμού**

### **6.1.2. Οργανωσιακή Δομή**

Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης, απεικονίζει το πώς μεταβιβάζονται οι ευθύνες στις αρμόδιες λειτουργικές μονάδες της επιχείρησης και η δομή αυτή μπορεί να αναπαρασταθεί μέσα από το οργανόγραμμα της επιχείρησης. Η οργανωσιακή δομή αποτελεί τον σκελετό διοίκησης της εταιρίας και είναι από τα πλέον ευαίσθητα σημεία καθορισμού του διοικητικού σχήματος. Η δομή της επιχείρησης θα έχει πυραμιδοειδή μορφή και θα αποτελείται από τα εξής επίπεδα:

- **Το κορυφαίο μάντζμεντ**, το οποίο θα ασχοληθεί πρωτίστως με τον μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό και προγραμματισμό, τον προϋπολογισμό (budget) της Εταιρίας, τον συντονισμό και τον έλεγχο των οργανωτικών λειτουργιών.
- **Το εποπτικό μάντζμεντ**, το οποίο προγραμματίζει αλλά και ελέγχει τις καθημερινές λειτουργίες και δραστηριότητες σε εκείνες τις οργανωσιακές μονάδες οι οποίες βρίσκονται υπό την εποπτεία του.

Αναλυτικότερα, η οργανωσιακή δομή της επιχείρησης αποτυπώνεται στο ακόλουθο διάγραμμα:



Αναφορικά με τις λειτουργικές μονάδες της επιχείρησης παραθέτουμε μια σύντομη περιγραφή των περιοχών ευθύνης τους.

#### 6.1.2.1 Διεύθυνση Μονάδας

Η Διεύθυνση της επιχείρησης όπως αναφέραμε και ανωτέρω θα ασχοληθεί με τον μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό, τον προϋπολογισμό και τον συντονισμό των



τμημάτων. Επιπρόσθετα όμως θα διαμορφώσει την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας καθώς επίσης και την πολιτική ανάληψης κινδύνων (διαδικασία underwriting). Επίσης λόγω της προγενέστερης ενασχόλησης των Διευθύνοντων Συμβούλων σε Αναλογιστικά Τμήματα Τραπεζικών και Ασφαλιστικών Εταιριών, θα ασχοληθούν και με την στατιστική επεξεργασία στοιχείων τα οποία και θα καθορίσουν την πολιτική ανάληψης κινδύνων της Εταιρίας στο μέλλον καθώς επίσης και τις παρεχόμενες ασφαλιστικές καλύψεις.

Το τμήμα Μάρκετινγκ θα ασχοληθεί με την προώθηση και προβολή της επιχείρησης και θα προσπαθήσει να «χτίσει» την σχέση της επιχείρησης με τους υποψήφιους πελάτες. Η προβολή της εταιρίας είναι πολύ σημαντική, αν αναλογιστούμε ότι δεν θα υπάρχει δίκτυο συνεργατών και η Εταιρία θα πρέπει παράλληλα με τον κύριο ρόλο της ως Ασφαλιστική εταιρία να χρησιμοποιήσει πωλησιακές τεχνικές προκειμένου να υποκαταστήσει τον ρόλο των διαμεσολαβούντων.

Το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα τμήματα της Εταιρίας. Είναι το τμήμα το οποίο μεταφέρει την εικόνα της Εταιρίας προς τους πελάτες της και λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός του ότι δεν υπάρχουν διαμεσολαβούντες, αναλαμβάνει το κρίσιμο κομμάτι της επικοινωνίας με τους πελάτες στο οποίο θα πρέπει να ανταποκριθεί με υψηλό δείκτη εξυπηρέτησης, προκειμένου οι ασφαλισμένοι να νιώσουν ότι έχουν επιλέξει μια Ασφαλιστική Εταιρία η οποία ανταποκρίνεται με αμεσότητα στα αιτήματα τους παρέχοντας ουσιαστικές και αξιόπιστες λύσεις. Ο στόχος στο εν λόγω τμήμα θα είναι να μην υπάρχουν οι λεγόμενες «χαμένες» γραμμές, δηλαδή τηλέφωνα τα οποία δεν εξυπηρετούνται, καθώς επίσης να υπάρχει συγκεκριμένο χρονικό διάστημα εξυπηρέτησης του κάθε αιτήματος, ανάλογα φυσικά με την σπουδαιότητα του, προκειμένου να υπάρξει μια «κυκλικότητα» των τηλεφωνικών γραμμών και να εξυπηρετούνται σχεδόν στο σύνολο τους. Η επάνδρωση του συγκεκριμένου τμήματος θα πραγματοποιηθεί από άτομα τα οποία έχουν εμπειρία στην εξυπηρέτηση πελατών σε αντίστοιχες θέσεις και εταιρίες.

Εξίσου σημαντικό είναι και το τμήμα Ζημιών της Εταιρίας καθώς είναι το τμήμα το οποίο θα επωμιστεί τα αιτήματα των ασφαλισμένων για αποζημίωση και θα πρέπει να ανταποκριθεί με αμεσότητα αλλά και ύψιστο επαγγελματισμό. Το συγκεκριμένο τμήμα θα λειτουργήσει με αυστηρά χρονοδιαγράμματα από την στιγμή που θα υπάρξει αναγγελία ζημιάς στην Εταιρία παρέχοντας με αυτόν τον τρόπο την βέλτιστη εξυπηρέτηση στον πελάτη. Πιο συγκεκριμένα, εντός 24 ωρών από την ημερομηνία αναγγελίας της ζημιάς θα δημιουργεί τον ηλεκτρονικό φάκελο σύμφωνα με τα πρότυπα

τα οποία έχουν τεθεί από την Επιτροπή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης και θα αποστέλλει πραγματογνώμονα προκειμένου να εξετάσει το ασφαλισμένο όχημα. Κατόπιν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα ενημερώνει τον ασφαλισμένο για την εξέταση του οχήματος του και στην συνέχεια θα παραλαμβάνει σε 2 εργάσιμες ημέρες την έκθεση του πραγματογνώμονα. Από την στιγμή παραλαβής της έκθεσης θα αποφασίζεται η αποζημίωση ή μη του ασφαλισμένου ο οποίος θα ενημερώνεται εντός των επόμενων 24 ωρών. Για περιπτώσεις κατά τις οποίες υπάρχουν τραυματισμοί ή θανατηφόρα ατυχήματα υπάρχει πιθανότητα να χρειαστεί περισσότερο χρονικό διάστημα. Σε περίπτωση κατά την οποία συντρέχει περίπτωση αποζημίωσης, ο ασφαλισμένος θα ενημερώνεται τηλεφωνικά αλλά και με μήνυμα στο κινητό του τηλέφωνο (SMS) προκειμένου να κανονιστεί ο τρόπος παραλαβής της αποζημίωσης. Τα χρονοδιαγράμματα θα είναι αυστηρά ως προς την τήρηση τους και για αυτόν τον λόγο θα χρειαστεί το εν λόγω τμήμα να επανδρωθεί με έμπειρους διακανονιστές.

Το τμήμα Μηχανογράφησης θα ασχολείται με την απρόσκοπτη λειτουργία των μηχανογραφικών συστημάτων της Εταιρίας καθώς επίσης και του διαδικτυακού ιστότοπου της. Θα είναι υπεύθυνο προκειμένου όλα τα μηχανογραφικά συστήματα να υποστηρίζουν με ταχύτητα και συνέπεια τις εργασίες των χρηστών τους ενώ παράλληλα θα εξασφαλίζει την είσοδο στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης στους ασφαλισμένους μετατρέποντας μέσω των συστημάτων ERP τα δηλωθέντα στοιχεία σε πληροφορίες εκτίμησης κινδύνων.

Σημαντικό είναι η απρόσκοπτή και γρήγορη ροή των εργασιών τόσο σε ενδοεπιχειρησιακό επίπεδο όσο και σε επίπεδο επίσκεψης των ασφαλισμένων στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Ο ασφαλισμένος θα πρέπει εντός περίπου πέντε λεπτών από την στιγμή που θα επισκεφτεί την ιστοσελίδα να τιμολογείται και να ασφαρίζεται και ο συγκεκριμένος στόχος για να επιτευχθεί θα πρέπει να υποστηρίζεται από άρτια μηχανογραφική λειτουργία.

Τέλος το τμήμα του οικονομικού προγραμματισμού θα ασχολείται με την εν γένει οικονομική λειτουργία της επιχείρησης, λογιστική αλλά και χρηματοοικονομική. Θα είναι υπεύθυνο για τις οικονομικές αναλύσεις (reporting) της Εταιρίας και την εν γένει χρηματοοικονομική κατάσταση αυτής καθώς επίσης θα πραγματοποιεί και τον εσωτερικό έλεγχο.

## **6.2 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

Το άμεσο ή βασικό κόστος δεν αποτελεί το μοναδικό κόστος σε ένα προϊόν, είτε είναι υλικό είτε άυλο, καθώς θα πρέπει να συνυπολογιστεί και το έμμεσο κόστος το οποίο επηρεάζει την παραγωγή του. Το Άμεσο κόστος σε ένα άυλο προϊόν περιλαμβάνει το άμεσο κόστος της εργασίας καθώς επίσης και τις άμεσες λοιπές δαπάνες. Αναφορικά με το Έμμεσο Κόστος περιλαμβάνει εκείνα τα έξοδα τα οποία δεν μπορούν να καταταχθούν σε καμία από τις προηγούμενες κατηγορίες άμεσου κόστους.

Επομένως ως γενικά έξοδα θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε όλα εκείνα τα έξοδα τα οποία δεν μπορούν να επιβαρύνουν απευθείας όλα τα άλλα κόστη. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνονται τα έξοδα συντήρησης και επισκευής του μηχανολογικού εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθεί, τα έξοδα καθαριότητας ή και απολύμανσης των εγκαταστάσεων του κτιρίου από συνεργείο καθαρισμού το οποίο θα παρέχει τις υπηρεσίες του σε εβδομαδιαία βάση καθώς επίσης και οι δαπάνες της Εταιρίας αναφορικά με τις τηλεπικοινωνιακές παροχές.

Μια άλλη κατηγορία Γενικών εξόδων είναι και τα Διοικητικά έξοδα στα οποία περιλαμβάνονται έξοδα διεύθυνσης και υπηρεσιών γραφείου. Πιο συγκεκριμένα στην κατηγορία αυτή θα μπορούσαν να υπαχθούν τα εφόδια γραφείου καθώς επίσης και τα ασφάλιστρα των κτιριακών εγκαταστάσεων / περιεχομένου.

Τέλος, υπάρχουν τα Γενικά Έξοδα Πωλήσεων, στα οποία εντάσσονται τα έξοδα που δεν σχετίζονται στα άμεσα έξοδα του μάρκετινγκ. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν έξοδα για ταξίδια με σκοπό την ενίσχυση των πωλήσεων.

Στους κατωτέρω πίνακες ακολουθούν αναλυτικά τα στοιχεία με τα προβλεπόμενα γενικά έξοδα της Επιχείρησης, τόσο κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της όσο και για τα υπόλοιπα εξεταζόμενα έτη, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο μέσος πληθωρισμός θα διαμορφωθεί στα επίπεδα του 1,5%.

### Πίνακας 6.1

Εκτίμηση Γενικών Εξόδων Επιχείρησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Συνεργείο Καθαρισμού	6.000
Συντήρηση Εξοπλισμού	4.000
Τηλεπικοινωνιακές παροχές	6.000
Ασφάλιστρα Κτιρίου / περιεχομένου	2.500
Εφόδια γραφείου	2.000

Ταξίδια	7.000
Επικοινωνίες	2.500
Γενικά έξοδα	7.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>37.000</b>

### Πίνακας 6.2.

Πρόβλεψη Γενικών Εξόδων Επιχείρησης (ανά έτος)

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)</b>
2012	37.000
2013	37.550
2014	38.100
2015	38.670
2016	39.250

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

## **7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠÓΡΩΝ**

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχή διαδικασία στελέχωσης της Επιχείρησης με το κατάλληλο προσωπικό, αποτελεί ο καθορισμός των ανθρώπινων πόρων τόσο ανά κατηγορίες (διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό, διοικητικοί εργαζόμενοι), όσο και ανά λειτουργίες της μονάδας ήτοι στην εταιρία που εξετάζουμε τμήματα Μάρκετινγκ, Εξυπηρέτησης Πελατών, Ζημιών, Μηχανογράφησης και Οικονομικού Προγραμματισμού. Ο καθορισμός των απαιτούμενων πόρων αλλά και τυχόν άλλων που θα χρειαστούν στο επενδυτικό αυτό σχέδιο, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία του, καθώς στο εν λόγω εγχείρημα ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ίσως ο σπουδαιότερος όλων, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός του ότι η επιχείρηση κρίνεται εντάσεως εργασίας, καταδεικνύοντας σε σημαντικό βαθμό την σπουδαιότητα της επένδυσης η οποία πρέπει να γίνει στο ανθρώπινο δυναμικό. Σύμφωνα λοιπόν και με το οργανόγραμμα της οι ανάγκες της Εταιρίας σε ανθρώπινο δυναμικό βάσει της ανάλυσης των εργασιών τους, θα υπαχθούν στις εξής κατηγορίες:

### **7.1.1 Διευθυντικό Προσωπικό**

Αναφορικά με το Διευθυντικό προσωπικό και καθώς η Εταιρία είναι νεοσύστατη σε έναν χώρο ο οποίος χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, η Direct Insurance θα στηριχτεί σε στελέχη τα οποία διαθέτουν αξιόλογη εμπειρία σε αντίστοιχες θέσεις και είναι δοκιμασμένα στην Ασφαλιστική Αγορά. Αμφότεροι οι δύο Διευθύνοντες Σύμβουλοι διαθέτουν την ανάλογη εμπειρία που απαιτείται ενώ είναι γνώστες τόσο της Διεθνούς όσο και της Ελληνικής Ασφαλιστικής αγοράς. Η πείρα, το γνωστικό υπόβαθρο αλλά και το πλέγμα των ισχυρών συνεργασιών που έχουν δημιουργήσει καθ' όλο το χρονικό διάστημα της ενασχόλησης τους στην ασφαλιστική βιομηχανία, τους παρέχει ένα συγκριτικό πλεόνηκτημα σε σχέση με πολλές από τις ανταγωνίστριες εταιρίες, καθώς θα μπορέσουν να αξιοποιήσουν τον κύκλο επαφών τους και να συνάψουν συνεργασίες με εταιρίες κολοσσούς στον κλάδο του αυτοκινήτου, τόσο σε επίπεδο άμεσης παροχής υπηρεσιών προς του ασφαλισμένους (κλάδος Οδικής Βοήθειας) όσο και έμμεσης όσον αφορά το επίπεδο συμβουλευτικής και τήρησης αποθεμάτων (συνεργασία με τις μεγαλύτερες ανασφαλιστικές εταιρίες του κόσμου, όπως η SWISS RE).

### 7.1.2 Διοικητικό – Υπαλληλικό Προσωπικό

Το Διοικητικό προσωπικό το οποίο θα επανδρώσει την Εταιρία θα απαρτίζεται τόσο από έμπειρους όσο και από ανειδίκευτους με το αντικείμενο της ασφάλισης εργαζομένους. Πιο συγκεκριμένα οι προϊστάμενοι των διευθύνσεων θα είναι εργαζόμενοι οι οποίοι διαθέτουν σημαντική εμπειρία σε ανάλογες θέσεις και οι οποίοι είναι επίσης γνώστες της Ελληνικής Ασφαλιστικής Αγοράς. Επίσης κάποια από τα στελέχη τα οποία βρίσκονται στο μεσαίο επίπεδο της διοικητικής πυραμίδας, θα διαθέτουν αξιόλογη εμπειρία στο αντικείμενο τους προκειμένου η Εταιρία να εισέλθει με δυναμικό τρόπο στις εργασίες της και να περιορίσει τυχόν απώλειες σε προσέλκυση και εξυπηρέτηση πελατών. Τέλος ένας σημαντικός αριθμός υπαλλήλων, ειδικά στο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, θα προέλθει από νεοεισερχόμενους στον χώρο εργασίας είτε πρόκειται για τον ασφαλιστικό χώρο είτε για τον ευρύτερο εργασιακό χώρο. Φυσικά προτού η Εταιρία ξεκινήσει να λειτουργεί θα υπάρξουν σχετικά σεμινάρια προς το υπαλληλικό προσωπικό προκειμένου να εξοικειωθούν με τις πολιτικές ανάληψης κινδύνων, με την εξυπηρέτηση πελατών, με την διαχείριση ζημιών, με το μηχανογραφικό σύστημα κλπ.

## 7.2. Ανάγκες του Επενδυτικού Σχεδίου σε Ανθρώπινο Δυναμικό

### 7.2.1. Προσδιορισμός των Αναγκών

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός του ότι η εξεταζόμενη επιχείρηση θα δραστηριοποιείται αρχικά αποκλειστικά στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου και περιοριζόμενη γεωγραφικά μόνο στον Νομό Αττικής, οι ανάγκες της σε προσωπικό δεν θα είναι ιδιαίτερα αυξημένες σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες του κλάδου Ασφάλισης. Πιο συγκεκριμένα οι απαιτήσεις της Εταιρίας σε ανθρώπινο δυναμικό παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

#### Πίνακας 7.1

Απαιτούμενο προσωπικό ανά Οργανωσιακή Λειτουργία

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΘΕΣΗΣ	ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ
Διεύθυνση Μονάδας	Αριθμός
Διευθύνων Σύμβουλος	2

<b>Τμήμα Μάρκετινγκ</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπεύθυνος Τμήματος Μάρκετινγκ	1
<b>Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπεύθυνος Τμήματος Εξυπηρέτησης	1
Εκπρόσωποι εξυπηρέτησης πελατών	5
<b>Τμήμα Ζημιών</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπεύθυνος Τμήματος Ζημιών	1
Διακανονιστές Τμήματος Ζημιών	3
<b>Τμήμα Μηχανογράφησης</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπεύθυνος Τμήματος Μηχανογράφησης	1
Υπάλληλοι τμήματος Μηχανογράφησης	3
<b>Τμήμα Οικονομικού Προγραμματισμού</b>	<b>Αριθμός</b>
Υπεύθυνος Τμήματος Οικονομικού Προγραμματισμού	1
Υπάλληλοι Τμήματος Οικονομικού Προγραμματισμού	3

### 7.2.2 Προγραμματισμός των αναγκών

Αφού η επιχείρηση ολοκληρώσει τον υπολογισμό του ανθρώπινου δυναμικού που θα χρειαστεί προκειμένου να ξεκινήσει της εργασίες της, θα προχωρήσει στην λήψη μέτρων τα οποία προηγούνται της έναρξης των εργασιών τα οποία της είναι απαραίτητα προκειμένου να η έναρξη λειτουργίας της να είναι επιτυχημένη και ομαλή. Πιο συγκεκριμένα η πρόσληψη του προσωπικού το οποίο δεν έχει εργαστεί στο παρελθόν σε τηλεφωνικό κέντρο ασφαλιστικής Εταιρίας καθώς και στον κλάδο ζημιών αυτοκινήτων θα πραγματοποιηθεί περίπου 1 μήνα πριν την έναρξη εργασιών. Σε αυτό το χρονικό διάστημα τα άτομα που έχουν επιλεγεί για την κάλυψη των ανωτέρω θέσεων, θα εκπαιδευτούν προκειμένου να εξοικειωθούν με τα συστήματα και της πολιτικές ανάληψης κινδύνων της Εταιρίας καθώς επίσης και να γνωρίσουν τα προϊόντα και τις συνεργαζόμενες εταιρίες. Παράλληλα οι εργαζόμενοι στην εξυπηρέτηση πελατών θα εκπαιδευτούν σε τεχνικές εξυπηρέτησης από εταιρία συμβούλων επιχειρήσεων, ενώ οι διακανονιστές ζημιών αυτοκινήτων θα εκπαιδευτούν με ξεχωριστό πρόγραμμα το οποίο δημιουργήθηκε από την Εταιρία σε συνεργασία με το Ελληνικό Ινστιτούτο Ασφαλιστικών Σπουδών και στοχεύει να καλύψει ένα ευρύ



πλαίσιο θεματολογίας του κλάδου Ασφάλισης Αυτοκινήτων και των αποζημιώσεων αυτού.

Να σημειωθεί ότι στην φάση που προηγείται της λειτουργίας της επιχείρησης, είναι απαραίτητο το προσωπικό να ενημερωθεί επακριβώς σχετικά με τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες του, τα οποία και θα πρέπει να γνωρίζει πλήρως προκειμένου η επιχείρηση να είναι πλήρως προετοιμασμένη κατά το ξεκίνημα των εργασιών της.

Κατά την διάρκεια λειτουργίας την επιχείρησης, είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι στον υπολογισμό του εργασιακού κόστους της επιχείρησης, ήτοι καταβαλλόμενοι μισθοί και ημερομίσθια της, θα πρέπει να προστεθούν και οι αμοιβές για κοινωνική ασφάλιση καθώς και οι εργοδοτικές εισφορές οι οποίες αυξάνουν το πραγματικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού.

### **7.3 Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού και Προσλήψεις Προσωπικού**

#### **7.3.1 Εκτίμηση της Προσφοράς και Ζήτησης Ανθρώπινου Δυναμικού**

Αναφορικά με την διαθεσιμότητα του Ανθρώπινου δυναμικού στην επιχείρηση που εξετάζουμε, οι θέσεις των Διευθύνοντων Συμβούλων είναι ήδη εξασφαλισμένες από τους ιδρυτές και εμπνευστές της εν λόγω εταιρίας. Όσον αφορά τα διοικητικά στελέχη τα οποία θα αναλάβουν να είναι υπεύθυνοι των τμημάτων, η αναζήτηση θα γίνει μέσω εταιριών συμβούλων ανθρώπινου δυναμικού ενώ οι υπόλοιποι διοικητικοί υπάλληλοι θα εντοπισθούν μέσω αναρτήσεων αγγελιών σε ιστοσελίδες και εφημερίδες καθώς και μέσω προσωπικών γνωριμιών.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, οι άνθρωποι πόροι που θα χρειαστούν θα εντοπισθούν με ευκολία καθώς η προσφορά υπερिशύει της ζήτησης με πληθώρα στελεχών, τόσο από υφιστάμενες ασφαλιστικές εταιρίες τα οποία θα αναζητήσουν ένα νέο επαγγελματικό βήμα στην σταδιοδρομία της καθώς και από στελέχη τα οποία προέρχονται από ασφαλιστικές εταιρίες οι οποίες διέκοψαν της εργασίες τους. Επίσης θα πρέπει να συνυπολογιστεί και η προσφορά εργασίας από άτομα τα οποία δεν σχετίζονται με το αντικείμενο των ασφαλιστικών εργασιών, αλλά θα επιθυμούσαν να απασχοληθούν στο συγκεκριμένο αντικείμενο εργασίας.

### **7.3.2. Προγραμματισμός Πρόσληψης Προσωπικού**

Αφού η επιχείρηση εξασφαλίσει της τρόπους διαθεσιμότητας του ανθρώπινου δυναμικού, θα προβεί στις διαδικασίες προσέλκυσης και επιλογής των υποψηφίων για την πλήρωση των θέσεων εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα η διαδικασία προσέλκυσης των υποψηφίων περιλαμβάνει εκείνα τα στάδια του εντοπισμού και κατόπιν πρόσκλησης των ικανών και κατάλληλων ατόμων για να καλύψουν τις κενές θέσεις. Σκοπός των ιδρυτών της Εταιρίας στην εν λόγω διαδικασία αποτελεί η προσέλκυση όσο το δυνατό μεγαλύτερου αριθμού ατόμων προκειμένου μέσα από μια μεγάλη «δεξαμενή» υποψηφίων, να επιλεγούν αυτοί οι οποίοι θα ταιριάζουν με τον καλύτερο τρόπο στο προφίλ και την κουλτούρα της εταιρίας. Για την προσέλκυση της η εταιρία θα χρησιμοποιήσει εταιρίες επιλογής προσωπικού, ανακοινώσεις σε σχετικά έντυπα ευρέσεως εργασίας καθώς και προσωπικές γνωριμίες των ιδρυτών μέσα από τον ασφαλιστικό χώρο.

Αναφορικά με την επιλογή των υποψηφίων, αυτή αφορά στην διαδικασία κατά την οποία αφού συγκεντρωθούν οι απαραίτητες πληροφορίες για τους υποψήφιους και αξιολογηθούν, ακολουθεί η επιλογή των καταλλήλων για την πλήρωση της κάθε θέσης. Για την επιλογή αυτών θα προηγηθεί η προκαταρκτική εξέταση των βιογραφικών τους σημειωμάτων, κατόπιν θα ακολουθήσουν συνεντεύξεις επιλογής και τέλος θα παρθούν οι τελικές αποφάσεις πλήρωσης των εν λόγω θέσεων.

#### **Πρόγραμμα Κατάρτισης – Εκπαίδευσης**

Πριν από την έναρξη των εργασιών της εταιρίας θα υπάρξει εκπαίδευση του προσωπικού η οποία θα περιλαμβάνει εξοικείωση τόσο με τα μηχανογραφικά της συστήματα καθώς και με τις λειτουργίες και τον τρόπο εξυπηρέτησης. Η εκπαίδευση των εργαζομένων που θα επιλεγθούν θα είναι μικτή, δηλαδή αναφορικά με τα μηχανογραφικά συστήματα θα πραγματοποιηθεί από τους εργαζόμενους στο τμήμα μηχανογράφησης της Εταιρίας οι οποίοι θα έχουν ήδη τοποθετήσει τα μηχανογραφικά συστήματα κάνοντας τους απαραίτητους προελέγχους για να διαπιστώσουν την επάρκεια λειτουργία τους. Όσον αφορά τους εργαζόμενους στην μηχανογράφηση αυτοί θα έχουν ήδη εκπαιδευτεί από εταιρία συμβούλων πληροφορικής. Τα στελέχη εξυπηρέτησης πελατών θα εκπαιδευτούν αναφορικά με τεχνικές επικοινωνίας με τους πελάτες και εξυπηρέτησης μέσω τηλεφώνου από εταιρία συμβούλων επιχειρήσεων, ενώ αναφορικά με τα ασφαλιστήρια συμβόλαια και τις παρεχόμενες καλύψεις – υπηρεσίες η εκπαίδευση θα πραγματοποιηθεί από τους υπεύθυνους των τμημάτων.

Τέλος οι διακανονιστές θα εκπαιδευτούν σχετικά με το αντικείμενο τους με εξειδικευμένα σεμινάρια από το Ελληνικό Ινστιτούτο Ασφαλιστικών Σπουδών τα οποία θα είναι ειδικά διαμορφωμένα για τις απαιτήσεις της εν λόγω επιχείρησης.

Μέσω της εν λόγω εκπαίδευσης οι εργαζόμενοι αναμένεται να αποκτήσουν εκείνες τις δεξιότητες οι οποίες θα τους βοηθήσουν ουσιαστικά, παρέχοντας όλα τα απαραίτητα εφόδια προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της εργασίας τους. Το κόστος του προγράμματος θα αναληφθεί από την επιχείρηση ως παροχή προς τους εργαζόμενους.

#### 7.4. Εκτιμήσεις του Κόστους Εργασίας

Το εργασιακό κόστος απεικονίζεται στους πίνακες που ακολουθούν περιλαμβάνοντας εκτιμήσεις κόστους αναφορικά με το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης και εκτιμήσεις σε βάθος πενταετίας. Το ετήσιο κόστος αμοιβής εργασίας για κάθε εργαζόμενο χωριστά προκύπτει αν πολλαπλασιάσουμε την μηνιαία αμοιβή του επί τους δεκατέσσερις συνολικά μισθούς που καταβάλλονται σε κάθε έτος. Στο κόστος αυτό θα πρέπει να προσαυξηθούν οι εργοδοτικές εισφορές οι οποίες υπολογίζονται χωριστά. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι για έναν άγαμο χωρίς παιδιά ο οποίος απασχολείται για πρώτη φορά σε εργασία το πακέτο κάλυψης ΙΚΑ 101 αντιστοιχεί σε συντελεστή εργοδοτικών εισφορών 27,46%. Για την μελέτη μας θα υπολογίσουμε ότι το κόστος θα διαμορφωθεί σε έναν μέσο συντελεστή περίπου 30%. Τέλος για τα υπόλοιπα εξεταζόμενα έτη η εκτίμηση του εργασιακού κόστους έχει πραγματοποιηθεί λαμβάνοντας υπόψη ότι θα υπάρξει μεταβολή της τάξης του 1.5% σύμφωνα με τα προβλεπόμενα επίπεδα του πληθωρισμού.

#### Πίνακας 7.2.

Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού προ Λειτουργίας της Επιχείρησης

<b>Κόστος Προσέλκυσης Ανθρώπινου Δυναμικού</b>						
Προσέλκυση και επιλογή υποψηφίων						2.500
<b>Κόστος Αναγκών σε Ανθρώπινο Δυναμικό</b>						
Κατηγορία	Αριθμός	Μήνες	Μηνιαίες Αποδοχές	Συνολικές Αποδοχές	Εργοδοτικές Εισφορές	Συνολικό Κόστος

Εξυπηρέτηση Πελατών	5	1	750	3.750	1.125	4.875
Διακανονιστές Ζημιών	3	1	900	2.700	810	3.510
<b>Κόστος Εκπαιδευτικών Αναγκών</b>						
Πρόγραμμα Κατάρτισης – Εκπαίδευσης						4.000
<b>Συνολικό Κόστος</b>						<b>12.386</b>

**Πίνακας 7.3.**

Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού κατά την Λειτουργία της Επιχείρησης

ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜ.	ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ (€)	ΕΤΗΣΙΕΣ ΑΠΟΔΟΧΕΣ (€)	ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ (€)	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
<b>Διευθύνων Σύμβουλος</b>	2	3.200	89.600	26.880	<b>116.480</b>
<b>Υπεύθυνος Μάρκετινγκ</b>	1	1.500	21.000	6.300	<b>27.300</b>
<b>Υπεύθυνος Εξυπηρέτησης</b>	1	1.500	21.000	6.300	<b>27.300</b>
<b>Υπεύθυνος Ζημιών</b>	1	1.700	23.800	7.140	<b>30.940</b>
<b>Υπεύθυνος Μηχανογρ.</b>	1	1.800	25.200	7.560	<b>32.760</b>
<b>Υπεύθυνος Οικ.Προγραμ.</b>	1	2.000	28.000	8.400	<b>36.400</b>
<b>Εκπρόσωποι Εξυπηρέτησης</b>	5	750	52.500	15.750	<b>68.250</b>
<b>Διακανονιστές Ζημιών</b>	3	900	37.800	11.340	<b>49.140</b>
<b>Υπάλληλοι Μηχανογράφησης</b>	3	1.100	46.200	13.860	<b>60.060</b>
<b>Υπάλληλοι Οικονομικού</b>	3	1.000	42.000	12.600	<b>54.600</b>

<b>Προγραμματισμού</b>	
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>503.030</b>

**Πίνακας 7.4.**

Εκτίμηση Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>
2012	503.030
2013	510.575
2014	518.000
2015	525.770
2016	533.655

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**  
**ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

## **8.1. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

Κύριος στόχος των ιθυνόντων του εν λόγω εγχειρήματος αποτελεί η λειτουργία της επιχείρησης σε έναν σύγχρονο χώρο γραφείων στον οποίο η αισθητική και λειτουργία θα παραπέμπει σε εταιρία σύγχρονων προδιαγραφών. Λαμβάνοντας επίσης υπόψη το γεγονός του ότι οι ασφαλιζόμενοι ενδέχεται να επισκέπτονται τα γραφεία της Εταιρίας, είτε για να ενημερωθούν και να προβούν σε ασφάλιση των αυτοκινήτων τους είτε για να παραλάβουν τις αποζημιώσεις τους σε περίπτωση επέλευσης ζημιογόνου γεγονότος, γίνεται αντιληπτό ότι η αισθητική των χώρων και των γραφείων πρέπει να είναι η αρμόζουσα σε εταιρία παροχής υπηρεσιών ασφάλισης καθώς η προβολή και η εικόνα της είναι κύριας σημασίας.

Ως εκ τούτου αρχικά θα πρέπει να γίνει μια προσεκτική εκτίμηση των αναγκών της επιχείρησης και των απαιτήσεων αυτής σε γραφειακούς και λοιπούς χώρους. Πιο συγκεκριμένα, οι εγκαταστάσεις της υπό μελέτης μονάδας θα πρέπει να διαθέτουν επαρκείς χώρους για τα γραφεία τα οποία θα στεγάσουν το σύνολο των τμημάτων της Εταιρίας καθώς επίσης και αποθηκευτικό χώρο. Απαραίτητο είναι οι εν λόγω χώροι να παρέχουν την δυνατότητα για μελλοντική επέκταση διότι καθώς η Εταιρία θα επεκτείνει το εύρος των δραστηριοτήτων της και σε άλλες γεωγραφικές περιοχές ή ενδεχομένως και το πλήθος των προϊόντων που θα προσφέρει, θα αυξηθούν και οι χωροταξικές της ανάγκες για τις οποίες θα πρέπει να έχει προβλέψει.

## **8.2. ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ**

Προτού αναλύσουμε την επιλογή της τοποθεσίας θα πρέπει αρχικά να διακρίνουμε τις έννοιες τοποθεσία και χώρος. Η επιλογή της τοποθεσίας θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσα από μια ευρύτερη γεωγραφική περιοχή στην οποία θα εξετάζονται διάφοροι εναλλακτικοί χώροι εγκατάστασης. Επομένως οι δύο έννοιες δεν ταυτίζονται αλλά ο χώρος αποτελεί υποσύνολο της τοποθεσίας. Η επιλογή της τοποθεσίας στην εν λόγω περίπτωση δεν θα πραγματοποιηθεί με το σκεπτικό της ανάλυσης και αξιολόγησης μιας σειράς τοποθεσιών προκειμένου να καταλήξουμε στην καλύτερη λύση, αλλά θα προταθεί από το αρχικό στάδιο από τους εμπνευστές του σχεδίου. Έτσι για το εν λόγω επενδυτικό σχέδιο ως τοποθεσία έχει επιλεγεί η περιοχή του Αμαρουσίου Αττικής.

### 8.2.1. Κριτήρια Επιλογής Τοποθεσίας

Τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για την επιλογή της τοποθεσίας στην οποία θα εγκατασταθεί η Εταιρία, είναι τα κάτωθι:

- Προσβασιμότητα στον χώρο:

Ο εν λόγω παράγοντας είναι πολύ σημαντικός καθώς θα έπρεπε να επιλεγθεί μια περιοχή η οποία θα είναι κοντά στις κατοικίες των ατόμων που θα απασχολούνται στα κεντρικά πόστα της Εταιρίας αλλά και των επενδυτών οι οποίοι θα συμμετέχουν σε αυτό το εγχείρημα. Παράλληλα η προσβασιμότητα των πελατών στην εν λόγω τοποθεσία λήφθηκε σημαντικά υπόψη, επιλέγοντας μια περιοχή η οποία συγκριτικά με άλλες περιοχές της Αττικής έχει ευκολία πρόσβασης και λιγότερη κυκλοφοριακή συμφόρηση. Η πολύ καλή και συχνή πρόσβαση των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς στην εν λόγω περιοχή είναι επίσης θετικός παράγοντας και για το υπαλληλικό προσωπικό.

- Κόστος Εγκατάστασης:

Συγκριτικά με άλλες περιοχές και λαμβάνοντας υπόψη ότι το Μαρούσι αποτελεί μια κατ' εξοχήν περιοχή που στεγάζει Εταιρίες με γραφεία, το κόστος για εγκατάσταση είναι χαμηλότερο λόγω της υψηλής προσφοράς που υπάρχει μετά την κρίση στην Οικονομία και της πληθώρας των γραφειακών χώρων που έμειναν κενοί. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη της εν λόγω περιοχής τα τελευταία χρόνια βασίστηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό στην δημιουργία κτιρίων τα οποία προορίζονταν για χρήση γραφείων τα οποία όμως έμειναν κενά με την επέλευση της κρίσης.

- Κύρος της Περιοχής:

Το κύρος της περιοχής είναι αναμφισβήτητα ένας παράγοντας ο οποίος καθορίζει σε πολύ μεγάλο βαθμό την εικόνα της Εταιρίας προς το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Με βάση τα ανωτέρω θεωρούμε ότι η περιοχή του Αμαρουσίου προσδίδει στην Εταιρία την εικόνα που τα ιδρυτικά στελέχη αλλά και οι επενδυτές θέλουν να αποδώσουν, λαμβάνοντας υπόψη και το γεγονός του ότι σημαντικός αριθμός από Ασφαλιστικές Εταιρίες δραστηριοποιούνται στην εν λόγω περιοχή, καθιστώντας την περιοχή «δοκιμασμένη» σε τέτοιου είδους Εταιρίες, εξυπηρετώντας παράλληλα και τις ανάγκες του Μάρκετινγκ.



### 8.3. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η Εταιρία θα επιλέξει να στεγαστεί σε κτίριο δεκαετίας στο οποίο θα πραγματοποιηθούν οι αναγκαίες εργασίες ανακαίνισης σύμφωνα με τις προδιαγραφές του χώρου αλλά και των εργασιών της Εταιρίας. Ιδιαίτερη μέριμνα θα ληφθεί προκειμένου οι χώροι να διαθέτουν άνεση και καλαισθησία αλλά και επάρκεια προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν σε μελλοντική επέκταση. Έτσι η Εταιρία θα ενοικιάσει στον δεύτερο όροφο κτιρίου συνολικού εμβαδού 450 τ.μ. το οποίο στο υπόγειο θα διαθέτει πέντε θέσεις στάθμευσης. Το μηνιαίο κόστος ενοικίασης του εν λόγω χώρου αναμένεται να διαμορφωθεί στο ποσό των Ευρώ 6.000. Όσον αφορά το σύνολο των εργασιών οι οποίες σχετίζονται με την ανακαίνιση και διαμόρφωση του χώρου, αυτές αναμένεται να ανέλθουν στο ποσό των Ευρώ 150.000.

#### Πίνακας 8.1

Εκτίμηση Κόστους στον Χώρο Εγκατάστασης (ετήσια επιβάρυνση)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Ενοικίαση κτιρίου	72.000
Ανακαίνιση χώρων	150.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>222.000</b>

Να σημειωθεί ότι στο κόστος ανακαίνισης έχει συμπεριληφθεί και το κόστος της αρχιτεκτονικής μελέτης.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**

### **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ**

## **9.1. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ**

Με τον όρο «Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Έργου» αναφερόμαστε ουσιαστικά στο χρονικό διάστημα το οποίο μεσολαβεί από την στιγμή που θα λάβουμε την απόφαση για να προχωρήσουμε στο επενδυτικό μας σχέδιο, μέχρι την στιγμή που η επιχείρηση θα ξεκινήσει την λειτουργία της. Επομένως ως εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου εννοούμε την πραγματοποίηση εκείνων των εργασιών από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας μέχρι το στάδιο της έναρξης λειτουργίας.

Προκειμένου να υπάρξει σωστή λειτουργία στην συγκεκριμένη φάση του εγχειρήματος μας απαιτείται σωστός προγραμματισμός στα στάδια εκτέλεσης του εν λόγω έργου. Επομένως κατά το αρχικό στάδιο θα πρέπει να γίνεται καθορισμός των σταδίων εκτέλεσης του έργου σύμφωνα με τους διαθέσιμους πόρους, αλλά και την διάρκεια των δραστηριοτήτων οι οποίοι απαιτούνται ανά επιμέρους στάδιο και κατόπιν την παρουσίαση αυτών σε χρονοδιαγράμματα στα οποία θα φαίνονται οι δραστηριότητες και το χρονικό διάστημα ολοκλήρωσης αυτών.

## **9.2. ΟΜΑΔΑ ΕΠΙΒΛΕΨΗΣ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ**

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ορθή εκτέλεση του εν λόγω προγραμματισμού αποτελεί η επίβλεψη του από μια ομάδα ανθρώπων οι οποίοι και θα αναλάβουν να παρακολουθούν την εξέλιξη της πορείας του έργου. Κύριο αντικείμενο εργασιών της εν λόγω ομάδας αποτελεί το να εξασφαλίσουν την εκτέλεση των εργασιών εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος αλλά και συγκεκριμένου οικονομικού πλάνου, η τήρηση των οποίων θα πρέπει να πραγματοποιείται ακόμα και με αυστηρά διορθωτικά μέτρα σε περίπτωση που διαπιστωθεί τυχόν απόκλιση αυτών (είτε χρονική είτε οικονομική).

Πέρα των μελών εκείνων τα οποία θα είναι επιφορτισμένα με τις πιο εξειδικευμένες εργασίες λόγω του γεγονότος του ότι εμπίπτουν στο γνωστικό τους πεδίο καθιστώντας τα αυτόματα ως τους πιο ειδήμονες, στην ομάδα επίβλεψης θα συμμετέχουν επίσης και οι δύο Διευθύνοντες Σύμβουλοι καθώς επίσης και οι υπεύθυνοι Μηχανογράφησης και Οικονομικού Προγραμματισμού. Ο λόγος για τον οποίο οι προαναφερόμενοι θα μετέχουν στην εν λόγω ομάδα, είναι προκειμένου να υπάρχει μια επίβλεψη από άτομα τα οποία θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην διοίκηση της επιχείρησης όταν αυτή θα ξεκινήσει να λειτουργεί, υπηρετώντας νευραλγικά πόστα αυτής.

Επομένως και σύμφωνα με όσα αναφέρονται ανωτέρω επικεφαλής της ομάδας επίβλεψης θα τεθούν οι Διευθύνοντες Σύμβουλοι της Εταιρίας οι οποίοι και θα αναλάβουν ουσιαστικά να παρακολουθούν το σύνολο των εργασιών και την πλήρη τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων – προϋπολογισμών. Η επίβλεψη των εργασιών από τους ιθύνοντες της Εταιρίας είναι εξαιρετικής σημασίας καθώς θα μπορούν με τον τρόπο αυτό να συντονίζουν τις εργασίες με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ασκώντας την απαιτούμενη πίεση για την ολοκλήρωση αυτών, ενώ παράλληλα θα είναι σε θέση να παρέχουν προς τους μετόχους πληροφορίες για την ανά πάσα στιγμή πραγματική εικόνα των εργασιών της επιχείρησης. Επίσης αναφορικά με τις εργασίες ανακαίνισης και αναδιαμόρφωσης του χώρου, η επίβλεψη και εκτέλεση του έργου θα ανατεθεί στην αρμόδια κατασκευαστική εταιρία ενώ οι εργασίες εγκατάστασης των μηχανογραφικών συστημάτων και δοκιμαστικής λειτουργίας αυτών θα ανατεθεί στον Υπεύθυνο Μηχανογράφησης. Να σημειωθεί τέλος ότι το σύνολο των εργασιών θα συντονίζεται και θα επιτηρείται από τους δύο Διευθύνοντες Συμβούλους της Εταιρίας.

### **9.3 ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Στο σημείο αυτό θα αναφερθούμε στα στάδια προγραμματισμού εκτέλεσης του επενδυτικού μας σχεδίου. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα εν λόγω στάδια δεν είναι μεμονωμένα και ανεξάρτητα μεταξύ τους αλλά υπάρχει αλληλεξάρτηση αυτών με ταυτόχρονο σχεδιασμό και προγραμματισμό των δραστηριοτήτων. Γίνεται κατανοητό ότι ο σχεδιασμός των δραστηριοτήτων και η τήρηση του χρονοδιαγράμματος αυτών είναι απαραίτητα τόσο για την ολοκληρωμένη διαδικασία της προετοιμασίας αλλά και την επιτυχημένη έναρξη των εργασιών της επιχείρησης. Ως εκ τούτου το κάθε ένα από τα στάδια εκτέλεσης αναμένεται να διαρκέσει σύμφωνα με τα κατωτέρω:

A. Ταξίδια και προπαρασκευαστικές έρευνες **(3 μήνες)**

B. Προεπενδυτικές μελέτες **(3 μήνες)**

Γ. Έρευνα αγοράς και Μάρκετινγκ **(2 μήνες)**

Δ. Οριστικοποίηση συμμετοχής του επενδυτικού σχήματος **(1 μήνας)**

E. Σύσταση της Εταιρίας και απόκτηση άδειας λειτουργίας **(2 μήνες)**

Z. Εργασίες ανακαίνισης και διαμόρφωσης των εγκαταστάσεων **(3 μήνες)**

H. Απόκτηση του μηχανολογικού εξοπλισμού αλλά και του λοιπού εξοπλισμού **(1 μήνας)**

Θ. Διαδικασίες αναζήτησης του προσωπικού και επιλογής αυτών **(2 μήνες)**

I. Εκπαίδευση του προσωπικού **(1 μήνας)**

K. Επιθεώρηση και έλεγχος **(1 μήνας)**

Η έναρξη λειτουργίας της εν λόγω Εταιρίας αναμένεται να γίνει τον Ιανουάριο του 2012 σύμφωνα με τις ανωτέρω εκτιμήσεις. Παρακάτω παρατίθεται η γραφική παράσταση των σταδίων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου στο οποίο και φαίνεται ότι η χρονική διάρκεια εκτέλεσης του εν λόγω εγχειρήματος θα διαρκέσει συνολικά περί τους 19 μήνες.

### Διάγραμμα 9.1.

Χρονοδιάγραμμα Εκτέλεσης του Προγράμματος

Κωδ.	Στάδιο	Έτος	2010						2011												2012				
		Μήνας	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1			
A.	Ταξίδια & Προπαρασκευαστικές Έρευνες		■	■	■																				
B.	Προεπενδυτικές Μελέτες					■	■	■	■																
Γ.	Έρευνα αγοράς και Μάρκετινγκ									■	■														
Δ.	Οριστικοποίηση συμμετοχής του επενδυτικού σχήματος												■												
E.	Σύσταση της Εταιρίας και απόκτηση άδειας λειτουργίας													■	■										
Z.	Εργασίες ανακαίνισης και διαμόρφωσης των εγκαταστάσεων														■	■	■								
H.	Απόκτηση του μηχανολογικού εξοπλισμού αλλά και του λοιπού εξοπλισμού																■								
Θ.	Διαδικασίες αναζήτησης του προσωπικού και επιλογής αυτών																	■	■						
I.	Εκπαίδευση του προσωπικού																				■				
K.	Επιθεώρηση και έλεγχος																					■			

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10**

# **ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

## 10.1 Στόχοι της Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγησης

Στο παρόν κεφάλαιο θα προβούμε στην χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση του επενδυτικού μας πλάνου, προκειμένου να καταφέρουμε να διαπιστώσουμε το χρηματοοικονομικό επίπεδο στο οποίο βρίσκεται η προς διαμόρφωση Εταιρία και παράλληλα να εντοπίσουμε τις εγγενείς χρηματοοικονομικές αδυναμίες ώστε να προβούμε στην διόρθωση τους.

Προκειμένου να πραγματοποιήσουμε την επένδυση θα πρέπει να προχωρήσουμε στην δέσμευση οικονομικών πόρων οι οποίοι βραχυπρόθεσμα μπορεί να μην αποδώσουν σημαντικά οφέλη, μακροπρόθεσμα όμως θα τα παρέχουν. Αυτή η δέσμευση των οικονομικών πόρων θα έχει ως αποτέλεσμα την μετατροπή των ρευστών διαθεσίμων σε παραγωγικό ενεργητικό (χρηματοδότηση της επιχείρησης), το οποίο αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης και μέσα από την χρήση των στοιχείων αυτών και την εκμετάλλευσή τους, θα δώσουν εκ νέου ρευστότητα στην επιχείρηση παράγοντας πλούτο γι' αυτήν. Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση δημιουργεί την κατάλληλη χρηματοοικονομική δομή στην οποία και θα βασιστεί για την απρόσκοπτη χρηματοδότηση του επενδυτικού της σχεδίου.

Επομένως αξιολογώντας την επένδυση μας θα καταφέρουμε να αποκομίσουμε μια ξεκάθαρη εικόνα, η οποία και θα μας βοηθήσει να αντιληφθούμε αν το εγχείρημα που εξετάζουμε να πραγματοποιήσουμε είναι οικονομικά εφικτό και μπορεί να σταθεί στο έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον που βιώνουμε. Επιπρόσθετα, μέσα από την αξιολόγηση και τα θετικά της αποτελέσματα θα βοηθηθεί η προώθηση της εν λόγω ιδέας προκειμένου να υποστηριχτεί από τους υποψήφιους επενδυτές.

## 10.2 Ανάλυση του Συνολικού Κόστους της Επένδυσης

Με τον όρο Συνολικό Κόστος Επένδυσης εννοούμε το σύνολο των κεφαλαίων τα οποία θα χρειαστούν προκειμένου η επιχείρηση να δημιουργηθεί και κατόπιν να μπορέσει να προχωρήσει στην λειτουργία της. Επομένως το Κόστος Επένδυσης ορίζεται ως το άθροισμα του Πάγιου Ενεργητικού μιας επιχείρησης και του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης αυτής.

**Κόστος Επένδυσης = Πάγιο Ενεργητικό + Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης**

### 10.2.1 Πάγιο Ενεργητικό

Με τον όρο πάγιο ενεργητικό, από λογιστικής άποψης, εννοούμε εκείνα τα στοιχεία του ενεργητικού τα οποία δεν αναμένεται να ρευστοποιηθούν εντός μιας λογιστικής χρήσεως. Τα κύρια χαρακτηριστικά αυτών των στοιχείων είναι ότι έχουν ωφέλιμη ζωή και επίσης προορίζονται να παραμείνουν στην επιχείρηση για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους.

Ως εκ τούτου το Πάγιο Ενεργητικό αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις που πραγματοποιεί η επιχείρηση, ήτοι πόροι για τις κατασκευές των εγκαταστάσεων της και για τον μηχανολογικό της εξοπλισμό καθώς επίσης και από τις προπαραγωγικές της δαπάνες οι οποίες ουσιαστικά στην περίπτωση μας αποτελούν τα κόστη των προεπενδυτικών μελετών. Η ανάλυση του πάγιου ενεργητικού ακολουθεί ως εξής:

#### Πίνακας 10.1

Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΙΝΑΚΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
<b>ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ</b>		<b>722.000</b>
Χώρος Εγκατάστασης	8.1	222.000
Ανακατασκευή	5.4	230.000
Μηχανολογία & Τεχνολογία	5.3.	270.000
<b>ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ</b>		<b>20.000</b>
Προεπενδυτικές Μελέτες	2.1.	20.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>742.000</b>

### 10.2.2 Κεφάλαιο Κίνησης

Με τον όρο Κεφάλαιο Κίνησης αναφερόμαστε στο Κυκλοφορούν Ενεργητικό μιας επιχείρησης, στο οποίο εντάσσεται κάθε στοιχείο το οποίο προορίζεται για να ρευστοποιηθεί, να πωληθεί ή να αναλωθεί εντός του σύνηθες λειτουργικού κυκλώματος αυτής. Επομένως με απλούστερους όρους, το Κεφάλαιο Κίνησης αποτελεί τους διαθέσιμους πόρους που υπάρχουν σε μια επιχείρηση προκειμένου αυτή να



λειτουργήσει και προκύπτει από την αφαίρεση του Τρέχοντος παθητικού από το Τρέχων Ενεργητικό.

Κεφάλαιο Κίνησης = Τρέχον Ενεργητικό – Τρέχον Παθητικό
--------------------------------------------------------

Με το Κεφάλαιο Κίνησης διαπιστώνεται η ικανότητα ρευστότητας της Εταιρίας καθώς και το κατά πόσο είναι σε θέση να ανταποκρίνεται στις οικονομικές της υποχρεώσεις. Ως εκ τούτου το Τρέχον Ενεργητικό αποτελείται από το άθροισμα των εισπρακτέων λογαριασμών των πελατών, των αποθεμάτων και των μετρητών, ενώ το Τρέχον Παθητικό αποτελείται από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (λογαριασμοί πληρωτέοι).

Για να προβούμε στον υπολογισμό του Κεφαλαίου Κίνησης, αρχικά καθορίζουμε μια ελάχιστη κάλυψη ημερών για τα στοιχεία του Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού και στην συνέχεια βάσει των δεδομένων του κόστους για κάθε ένα από τα στοιχεία του Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού, αφού διαιρέσουμε τις 365 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών ελάχιστης κάλυψης, θα προκύψει και ο συντελεστής του κύκλου εργασιών των στοιχείων αυτών. Στην συνέχεια θα διαιρέσουμε τα κόστη που έχουν προκύψει από το κάθε στοιχείο με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών και τέλος από τα αποτελέσματα που θα προκύψουν αν αφαιρέσουμε το τρέχον παθητικό από το τρέχον ενεργητικό προκύπτει το κεφάλαιο κίνησης.

Επίσης θα πρέπει να υπολογίσουμε την ετήσια συνολική απόσβεση του πάγιου ενεργητικού με βάση την γραμμική σταθερή μέθοδο απόσβεσης. Σύμφωνα με την μέθοδο αυτή, το ετήσιο ποσό της απόσβεσης προκύπτει αν το αποσβεστέο κόστος διαιρεθεί με τον αριθμό των ετών της ωφέλιμης ζωής που στην περίπτωση μας αντιστοιχεί στα 10 έτη (Ετήσια Απόσβεση = Αξία Κτήσης Παγίου / Ωφέλιμη Ζωή).

$$\text{Ετήσια Απόσβεση} = \text{€ } 742.000 / 10 = \text{€ } 74.200$$

Επομένως το κεφάλαιο κίνησης που θα προκύψει θα υπολογιστεί ως εξής:

### Πίνακας 10.2

Υπολογισμός Αναγκών σε Κεφάλαιο Κίνησης

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	
<b>A. Αποθέματα:</b>	
1. Αναλώσιμα Προϊόντα	230 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος
2. Μηχανήματα & Ανταλλακτικά μηχανημάτων Γραφείου	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος

3. Συντήρηση Εξοπλισμού	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος
<b>Β. Μετρητά στο Ταμείο</b>	80 ημέρες στο ετήσιο κόστος μείον των αποσβέσεων
<b>Γ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι</b>	100 ημέρες στο ετήσιο κόστος των αποθεμάτων κ γενικών εξόδων
<b>ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (€)</b>	
<b>ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 2012</b>	
Αναλώσιμα	10.000
Μηχανήματα & Ανταλλακτικά Μηχανημάτων	35.000
Εργασίες Συντήρησης Κτιρίου	5.500
Γενικά Έξοδα	37.000
Ανθρώπινο Δυναμικό	503.030
Κόστος Μάρκετινγκ	2.100.000
Αποσβέσεις	74.200
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>2.764.730</b>

### Πίνακας 10.3

Τελικός Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης Πρώτου Έτους Λειτουργίας (2012)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ	ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ
<b>A. Αποθέματα</b>				<b>16.000</b>
1. Αναλώσιμα	10.000	230	1,60	6.250
2. Μηχανήματα & Ανταλλακτικά	35.000	90	4	8.750
3. Συντήρηση Εξοπλισμού	4.000	90	4	1.000
<b>Β. Μετρητά στο Ταμείο</b>	<b>2.690.530</b>	<b>80</b>	<b>4,5625</b>	<b>589.705</b>
<b>I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (ΣΥΝΟΛΟ)</b>				<b>605.705</b>
A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	91.500	100	3,65	<b>25.068</b>
<b>II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ (ΣΥΝΟΛΟ)</b>				<b>25.608</b>
<b>III. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I – II)</b>				<b>580.637</b>
<b>IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>				<b>2.764.730</b>

<b>ΜΕΙΟΝ:</b> Αποθέματα				55.500
Αποσβέσεις				74.200
				<b>2.635.030</b>

### 10.2.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Από τα ανωτέρω προκύπτει ο υπολογισμός του συνολικού κόστους επένδυσης σύμφωνα με τον κατωτέρω πίνακα:

#### Πίνακας 10.4

Συνολικό Κόστος Επένδυσης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	742.000	56%
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	580.637	44%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1.322.637</b>	<b>100%</b>

Επομένως όπως εμφανίζεται και στον πίνακα το συνολικό κόστος για την εν λόγω επένδυση διαμορφώνεται στο ποσό των Ευρώ 1.044.896 αποτελούμενο κατά 71% από επενδύσεις για πάγιο ενεργητικό και κατά 29% για κεφάλαια τα οποία είναι απαραίτητα για το κεφάλαιο κίνησης της μονάδας.

Στον παρακάτω πίνακα θα εμφανίσουμε το Κεφάλαιο Κίνησης και για τα επόμενα τέσσερα χρόνια καθώς θα μας χρειαστεί στις αναλύσεις που θα ακολουθήσουν:

#### Πίνακας 10.5

Πίνακας Κεφαλαίου Κίνησης

ΕΤΗ	ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (I)	ΠΑΘΗΤΙΚΟ (II)	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I – II)
<b>2013</b>	654.287	24.099	630.188
<b>2014</b>	707.470	24.647	682.822
<b>2015</b>	816.865	25.213	791.651
<b>2016</b>	885.764	25.795	859.969

### 10.3 Χρηματοδότηση της Επένδυσης

Για την χρηματοδότηση της επένδυσης οι ιδύνοντες του εν λόγω σχεδίου θα στραφούν προς ένα πάνελ επενδυτών από διάφορες επενδυτικές δραστηριότητες, τους οποίους και θα προσπαθήσουν να πείσουν να συμμετέχουν με ίδια κεφάλαια στην δική τους επιχειρηματική ιδέα. Ο τρόπος αυτός διασφαλίζει ότι η εταιρία δεν θα χρειαστεί να ξεκινήσει με Τραπεζικό δανεισμό, καθώς οι τόκοι των δανείων θα επιβάρυναν τα αποτελέσματα της ενώ παράλληλα θα βοηθήσει ουσιαστικά την Εταιρία στο ξεκίνημα της καθώς πλην των κεφαλαίων τους οι μέτοχοι θα βοηθήσουν και με τις προσωπικές γνωριμίες τους προωθώντας έτσι τις πωλήσεις της. Προκειμένου να πραγματοποιηθεί κάτι τέτοιο και τα δύο στελέχη θα χρησιμοποιήσουν τις προσωπικές τους γνωριμίες από τον ασφαλιστικό χώρο και όχι μόνο, ενώ παράλληλα θα προσπαθήσουν να προβάλουν την καινοτομία του εγχειρήματος τους το οποίο θα απευθύνεται σε συγκεκριμένη ομάδα στόχο ασφαλισμένων με πολύ σημαντικές συνεργασίες, όπως για παράδειγμα τον συμβουλευτικό ρόλο που θα αναλάβει η Αντασφαλιστική εταιρία SWISS RE η οποία και έχει μεγάλη εμπειρία σε θέματα start up εταιριών στον ασφαλιστικό χώρο.

Ως εκ τούτου η χρηματοδότηση του προγράμματος θα βασιστεί αποκλειστικά σε κεφάλαια υποψήφιων επενδυτών.

### 10.4 Ανάλυση του Συνολικού Κόστους Λειτουργίας της Επιχείρησης

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ανάλυση του Συνολικού Κόστους Λειτουργίας της επιχείρησης, όπως αυτό προκύπτει από τα επιμέρους κόστη αυτής:

#### Πίνακας 10.6

Συνολικό Κόστος Λειτουργίας

Περιγραφή Κόστους	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Αναλώσιμα</b>	10.000	10.300	10.610	10.930	11.260
<b>Μηχανήματα &amp; Ανταλλακτικά Μηχανημάτων</b>	35.000	36.050	37.135	38.250	39.400

<b>Εργασίες Συντήρησης Κτιρίου</b>	5.500	5.590	5.675	5.760	5.845
<b>Γενικά Έξοδα</b>	37.000	37.550	38.100	38.670	39.250
<b>Ανθρώπινο Δυναμικό</b>	503.030	510.575	518.000	525.770	533.655
<b>Κόστος Μάρκετινγκ</b>	2.100.000	2.310.000	2.541.000	3.028.000	3.330.000
<b>Αποσβέσεις</b>	74.200	74.200	74.200	74.200	74.200
<b>Συνολικό Κόστος Λειτουργίας</b>	<b>2.764.730</b>	<b>2.984.265</b>	<b>3.224.720</b>	<b>3.721.580</b>	<b>4.033.610</b>

## 10.5 ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

### 10.5.1 Προϋπολογιστικές Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης

Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης (Κ.Α.Χ.) σύμφωνα με τον ορισμό της Λογιστικής Επιστήμης, είναι η λογιστική κατάσταση η οποία εμφανίζει το αποτέλεσμα που πέτυχε μια οικονομική μονάδα κατά την διάρκεια μιας χρονικής περιόδου, καθώς και τους προσδιοριστικούς παράγοντες του αποτελέσματος αυτού. Μέσα από τον ορισμό διαπιστώνουμε και την σημασία της, καθώς μέσω αυτής υπολογίζεται το καθαρό εισόδημα (κέρδος ή ζημιά) της επένδυσης. Στον κατωτέρω πίνακα παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης για τα επόμενα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης:

#### Πίνακας 10.7

Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	30.000.000	33.000.000	36.300.000	43.258.000	47.580.000
<b>ΜΕΙΟΝ: Κόστος Λειτουργίας</b>	2.764.730	2.984.265	3.224.720	3.721.580	4.038.610

<b>ΜΕΙΟΝ:</b> <b>Αντασφάλιστρα</b>	2.500.000	2.700.000	2.900.000	3.100.000	3.300.000
<b>ΜΙΚΤΟ</b> <b>ΚΕΡΔΟΣ</b>	24.735.270	27.315.735	30.175.280	36.436.420	40.241.390
<b>ΜΕΙΟΝ: ΦΟΡΟΣ</b> <b>ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ</b> <b>(20%)</b>	4.947.054	5.463.147	6.035.056	7.287.284	8.048.278
<b>ΚΑΘΑΡΟ</b> <b>ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>19.788.216</b>	<b>21.852.588</b>	<b>24.140.224</b>	<b>29.149.136</b>	<b>32.193.000</b>

Να σημειωθεί ότι στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης έχουν υπολογιστεί και αφαιρεθεί τα ποσά τα οποία θα εκχωρηθούν προς τους Αντασφαλιστές. Ο λόγος που έχουν συμπεριληφθεί αναφέρεται στο γεγονός του ότι οι Αντασφαλιστικές Εταιρίες αποτελούν Εταιρίες στις οποίες οι Ασφαλιστικές Εταιρίες εκχωρούν μεγάλο μέρος από το χαρτοφυλάκιο των κινδύνων τους, προκειμένου να μειώνουν την έκθεση τους στους κινδύνους αυτούς και επίσης να διαφυλάξουν τα αποθεματικά τους. Με την εκχώρηση μέρος του χαρτοφυλακίου τους προς τους Αντασφαλιστές, οι Εταιρίες μπορούν να προγραμματίζουν καλύτερα το μέλλον και τις επόμενες επιχειρηματικές τους κινήσεις, ανάλογα φυσικά με το είδος των συμβάσεων τις οποίες υπογράφουν μαζί τους. Με αυτόν τον τρόπο και έναντι κάποιου αντίτιμου οι ασφαλιστικές Εταιρίες αναλαμβάνουν κινδύνους στα πλαίσια των συμβάσεων που διατηρούν με τους Αντασφαλιστές, οι οποίοι τους παρέχουν και σημαντικό μέρος της τεχνογνωσίας τους αναφορικά με την ανάληψη κινδύνων και παράλληλα νιώθουν την ασφάλεια που τους παρέχει μια μεγάλη Αντασφαλιστική Εταιρία (στην περίπτωση μας η SWISS RE).

#### 10.5.2 Προϋπολογιστικές Καταστάσεις Ταμειακών Ροών

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι ετήσιες ταμειακές ροές προκειμένου η επιχείρηση να μπορέσει να καταστήσει εφικτό τον προγραμματισμό της εν λόγω επένδυσης :

#### Πίνακας 10.8

Προβλεπόμενες Καταστάσεις Ταμειακών Ροών Ετών 2011 – 2016

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ</b> <b>ΕΙΣΡΟΕΣ</b>						
1.ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ	1.322.637	0	0	0	0	0

2.ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	0	30.000.000	33.000.000	36.300.000	43.258.000	47.580.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1.322.637</b>	<b>30.000.000</b>	<b>33.000.000</b>	<b>36.300.000</b>	<b>43.258.000</b>	<b>47.580.000</b>
<b>ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ</b>						
1.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	742.000	0	0	0	0	0
2.ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	0	2.690.530	2.910.065	3.150.520	3.647.380	3.964.410
3.ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (20%)	0	4.947.054	5.463.147	6.035.056	7.287.284	8.048.278
4.ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	0	5.936.465	6.555.776	7.242.067	8.744.741	9.657.900
5.ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	5.936.465	6.555.776	7.242.067	8.744.741	9.657.900
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>742.000</b>	<b>19.510.514</b>	<b>21.484.764</b>	<b>23.669.710</b>	<b>28.424.146</b>	<b>31.328.488</b>
<b>ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ</b>	<b>580.637</b>	<b>10.489.486</b>	<b>11.515.236</b>	<b>12.630.290</b>	<b>14.833.854</b>	<b>16.251.512</b>
<b>ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ</b>	<b>580.637</b>	<b>11.070.123</b>	<b>22.585.359</b>	<b>35.215.649</b>	<b>50.049.503</b>	<b>66.301.015</b>

Σημείωση 1: Το ποσό των Τακτικών Αποθεματικών υπολογίστηκε σε ποσοστό 30% επί των Καθαρών κερδών.

Σημείωση 2: Το ποσό των Μερισμάτων υπολογίστηκε σε ποσοστό 30% επί των Καθαρών κερδών.

### 10.5.3 Ισολογισμός

Μια εκ των βασικών Λογιστικών καταστάσεων αποτελεί η κατάσταση του Ισολογισμού. Με τον όρο Ισολογισμό σύμφωνα με την Λογιστική Επιστήμη, ονομάζουμε την λογιστική κατάσταση η οποία εμφανίζει τα στοιχεία του Ενεργητικού, του Παθητικού και της Καθαρής Θέσης μιας οικονομικής μονάδας σε δεδομένη χρονική στιγμή και σε ενιαίο νόμισμα.

Η ισότητα στην οποία στηρίζεται η αρχή του Ισολογισμού αναφέρεται στο ότι το Ενεργητικό αποτελεί το άθροισμα του Παθητικού και της Καθαρής Θέσης. Με τον όρο Ενεργητικό αναφερόμαστε στο σύνολο των οικονομικών αγαθών τα οποία ανήκουν κατά κυριότητα σε μια οικονομική μονάδα και των οποίων η τιμή μπορεί να προσδιορισθεί κατά αντικειμενικό τρόπο. Ουσιαστικά τα εν λόγω οικονομικά αγαθά αποτελούν και τα μέσα δράσης της επιχείρησης. Όσον αφορά το Παθητικό της

Επιχείρησης αναφερόμαστε στις Υποχρεώσεις της προς τους Τρίτους, ενώ το σύνολο των υποχρεώσεων της προς τον Φορέα αυτής ονομάζεται Καθαρή Θέση ή Καθαρή Περιουσία.

### Πίνακας 10.9

Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Ετών 2012 – 2016

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2012	2013	2014	2015	2016
<b>I. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
<b>A. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
1. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	20.000				
2. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	722.000				
3. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	742.000	667.800	593.600	519.400	445.200
ΜΕΙΟΝ: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	74.200	74.200	74.200	74.200	74.200
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>667.800</b>	<b>593.600</b>	<b>519.400</b>	<b>445.200</b>	<b>371.000</b>
<b>B. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
1. ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	16.000	16.465	16.945	17.440	17.949
2. ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	589.705	637.822	690.525	799.425	867.815
<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>605.705</b>	<b>654.287</b>	<b>707.470</b>	<b>816.865</b>	<b>885.764</b>
<b>Γ. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ</b>	<b>11.070.123</b>	<b>22.585.359</b>	<b>35.215.649</b>	<b>50.049.503</b>	<b>66.301.015</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>12.343.628</b>	<b>23.833.246</b>	<b>36.442.519</b>	<b>51.558.408</b>	<b>67.549.779</b>
<b>II. ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>					
<b>A. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>					
1. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ	26.137	26.753	26.753	28.035	28.702
2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ	4.947.054	5.463.147	6.035.056	7.287.284	8.048.278
3. ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ	3.957.643	4.370.517	4.828.045	5.829.827	6.438.600
<b>B. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ</b>	<b>(4.835.719)</b>	<b>4.012.376</b>	<b>13.698.910</b>	<b>28.599.376</b>	<b>35.705.532</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>4.095.115</b>	<b>13.872.793</b>	<b>24.588.764</b>	<b>41.744.522</b>	<b>50.213.112</b>
<b>Γ. ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ</b>					



1.ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	1.322.637	1.322.637	1.322.637	1.322.637	1.322.637
2.ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	5.936.465	6.555.776	7.242.067	8.744.741	9.657.900
3.ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ (ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ ΕΙΣ ΝΕΟ)	989.411 (989.411)	2.082.040 (1.092.629)	3.289.051 (1.207.011)	4.746.508 (1.457.457)	6.356.130 (1.609.622)
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ</b>	<b>8.248.513</b>	<b>9.960.453</b>	<b>11.853.755</b>	<b>14.813.886</b>	<b>17.336.667</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ &amp; ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ</b>	<b>12.343.628</b>	<b>23.833.246</b>	<b>36.442.519</b>	<b>56.558.408</b>	<b>67.549.779</b>

## 10.6. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Στο τμήμα της Χρηματοοικονομικής αξιολόγησης της επένδυσης, θα αναφερθούμε στις μεθόδους εκείνες τις οποίες μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε προκειμένου να αξιολογήσουμε το επενδυτικό μας εγχείρημα και να διαπιστώσουμε κατά πόσο είναι χρηματοοικονομικά εφικτό να συμβεί.

### 10.6.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης

Με την Μέθοδο Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης παρουσιάζεται ο αριθμός των ετών που απαιτούνται προκειμένου μια επιχείρηση να επανεισπράξει το κόστος της αρχικής της επένδυσης, μέσω των Καθαρών Ταμειακών Ροών της. Οι Καθαρές Ταμειακές Ροές της επιχείρησης ορίζονται ως:

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Ταμειακές Εισροές – Ταμειακές Εκροές

Ή

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις

Ακολουθεί ο πίνακας υπολογισμού των Καθαρών Ταμειακών Ροών της επιχείρησης:

#### Πίνακας 10.10

Υπολογισμός Καθαρών ταμειακών Ροών Επιχείρησης (Ευρώ)

ΕΤΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΚΤΡ	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ
<b>2012</b>	19.788.216	74.200	19.862.416	<b>19.862.416</b>
<b>2013</b>	21.852.588	74.200	21.926.788	<b>41.789.204</b>
<b>2014</b>	24.140.224	74.200	24.214.424	<b>66.003.628</b>

<b>2015</b>	29.149.136	74.200	29.223.336	<b>95.226.964</b>
<b>2016</b>	32.193.000	74.200	32.267.200	<b>127.494.164</b>

Αν λάβουμε υπόψη μας την εν λόγω μέθοδο η περίοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης θα είναι από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας αυτής και επομένως με βάση την μέθοδο αυτή κρίνεται πολύ ελκυστική ως επένδυση.

### 10.6.2 Μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας

Χρησιμοποιώντας την Μέθοδο της Καθαρής Παρούσας Αξίας, θα πρέπει να προβούμε σε προεξόφληση όλων των καθαρών ταμειακών ροών στο παρόν με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή αποδοτικότητα (Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου). Με την συγκεκριμένη μέθοδο, εάν η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι μεγαλύτερη ή ίση του μηδενός τότε η εν λόγω επένδυση κρίνεται ότι μπορεί να προχωρήσει (ΚΠΑ≥0). Επίσης με την μέθοδο της Κ.ΠΑ. μπορούμε να θεωρήσουμε ότι τα αποδεδειγμένα κεφάλαια μπορούν να επενδυθούν εκ νέου.

Η εξίσωση της Καθαρής Παρούσας Αξίας έχει την εξής μορφή:

$$v$$

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^v [KTP_t / (1 + \kappa)^t] - ΚΕ$$

**ΚΠΑ** = Καθαρή Παρούσα Αξία

**ΚΤΡ<sub>τ</sub>** = Καθαρή Ταμειακή Ροή στην χρονική Περίοδο τ

**ΚΕ** = Κόστος Επένδυσης

**Κ** = Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου

**v** = Αριθμός Χρονικών Περιόδων

Με δεδομένο ότι οι μελλοντικές ετήσιες καθαρές ταμειακές ροές είναι άνισες, η εξίσωση μπορεί να διατυπωθεί:

$$ΚΠΑ = \sum [KTP_t (\Sigma ΠΑ_{\kappa, v})] - ΚΕ$$

Σύμφωνα με τα ανωτέρω ακολουθεί ο πίνακας υπολογισμού της Παρούσας Αξίας της επιχείρησης λαμβάνοντας υπόψη ότι ο αναμενόμενος συντελεστής προεξόφλησης (επιτόκιο επιχειρηματικών δανείων που χορηγούν οι τράπεζες) ορίζεται στο 10%.

### Πίνακας 10.11

Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (Ευρώ)

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ <sub>10%,v</sub>	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
2012	19.862.416	0,909	18.054.936
2013	21.926.788	0,8264	18.120.297
2014	24.214.424	0,7513	18.192.297
2015	29.223.336	0,6830	19.959.538
2016	32.267.200	0,6209	20.034.704
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ</b>			<b>94.361.743</b>

Επομένως η Καθαρή Παρούσα Αξία της επένδυσης θα είναι:

$$ΚΠΑ = ΣΠΑ - ΚΕ = 94.361.743 - 1.654.690 = 92.707.083$$

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι το εν λόγω επενδυτικό σχέδιο εμφανίζεται ιδιαίτερα ελκυστικό καθώς η Καθαρή Παρούσα Αξία υπερβαίνει κατά πολύ την μηδενική αξία.

#### 10.6.3 Μέθοδος του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Με τον Εσωτερικό Συντελεστή Απόδοσης αναφερόμαστε στο επιτόκιο εκείνο κατά το οποίο η Καθαρή Παρούσα Αξία μηδενίζεται. Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα αξία των καθαρών εισπράξεων ισούται με την παρούσα αξία της επένδυσης. Μαθηματικά ο τύπος που ισχύει είναι:

$$\sum_{t=1}^v [ΚΤΡ_t / (ΣΠΑ_{κ,v})] = ΚΕ$$

ΚΤΡ<sub>τ</sub> = Καθαρή Ταμειακή ροή στον χρόνο τα

ΚΕ = Κόστος Επένδυσης

v = έτη

ΣΠΑ κ,v = Συντελεστής Παρούσας Αξίας

Για τον υπολογισμό του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης θα πραγματοποιηθούν δοκιμές με διάφορα ποσά επιτοκίων, ήτοι 10%, 12%, 15% προκειμένου να βρούμε

εκείνο το επιτόκιο για το οποίο η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι θετική και κοντά το μηδέν.

### Πίνακας 10.12

Υπολογισμός Παρούσας Αξίας με Εσωτερικό Συντελεστή Απόσβεσης (Ευρώ)

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ 10%,v	Π.Α.	ΣΠΑ 12%,v	Π.Α.	ΣΠΑ 15%,v	Π.Α.
2012	19.862.416	0,909	18.054.936	0,893	17.737.137	0,869	17.260.440
2013	21.926.788	0,8264	18.120.297	1,254	27.496.192	1,3225	28.998.177
2014	24.214.424	0,7513	18.192.297	1,405	34.021.266	1,521	36.830.139
2015	29.223.336	0,6830	19.959.538	1,573	45.968.308	1,749	51.111.615
2016	32.267.200	0,6209	20.034.704	1,762	56.854.806	2,011	64.889.339
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ</b>			<b>94.361.773</b>		<b>182.077.709</b>		<b>199.089.709</b>

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι με δεδομένο του ότι το σύνολο των Παρουσών Αξιών οι οποίες υπολογίστηκαν υπερβαίνουν το Κόστος Επένδυσης, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί η μέθοδος του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης (καθώς εν υπάρχει κάποια αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία) ως μέθοδος αξιολόγησης του εν λόγω επενδυτικού σχεδίου.

## 10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

### 10.7.1 Ανάλυση του Νεκρού Σημείου

Με τον όρο «Νεκρό Σημείο», ορίζεται το σημείο εκείνο στο οποίο τα συνολικά έσοδα των πωλήσεων είναι ίσα με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος (σταθερό και μεταβλητό. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, για τον ορισμό του νεκρού σημείου ισχύουν:

$$\text{Νεκρό Σημείο} = \frac{\text{Σταθερό Κόστος}}{[(\text{Έσοδα} - \text{Μεταβλητό Κόστος}) / \text{Έσοδα}]}$$

Σε αυτό το σημείο θα προχωρήσουμε σε διαχωρισμό ανάμεσα σε σταθερά και μεταβλητά έξοδα για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, ήτοι το 2012 στον πίνακα που ακολουθεί:

### Πίνακας 10.13

Πίνακας Καταμερισμού Σταθερών και Μεταβλητών Εξόδων (2012)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ
<b>Συνολικό Κόστος ΜΚΤ</b>		<b>2.100.000</b>
<b>Αναλώσιμα – Μηχανήματα - Ανταλλακτικά</b>		<b>45.000</b>
<b>Ανθρώπινοι Πόροι</b>	503.030	
<b>Γενικά Έξοδα</b>	37.000	
<b>Έξοδα Ηλεκτρισμού</b>	25.000	
<b>Αποσβέσεις</b>	74.200	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>639.230</b>	<b>2.145.000</b>

Σύμφωνα λοιπόν με τα ανωτέρω στοιχεία του πίνακα και βάσει τον τύπο υπολογισμού του προκύπτει ότι το «Νεκρό Σημείο» θα είναι:

$$\text{Νεκρό Σημείο} = 639.230 / [ ( 30.000.000 - 2.145.000) / 30.000.000 ] = 688.454$$

### 10.8 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η πραγματοποίηση της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης ενός επενδυτικού εγχειρήματος αποσκοπεί στην εκτίμηση της χρηματοοικονομικής σκοπιμότητας αυτού, προκειμένου να δώσει τα απαραίτητα στοιχεία στους επενδυτές και μετόχους να μελετήσουν και να εκτιμήσουν τις επιχειρηματικές τους κινήσεις σε σχέση με αυτό. Εκτός όμως από την χρηματοοικονομική αξιολόγηση μιας επένδυσης, υπάρχει και η αξιολόγηση αυτής από την πλευρά των επιδράσεων της στην εθνική οικονομία καθώς και στην κοινωνία.

Η επίδραση της εν λόγω επένδυσης στην Εθνική Οικονομία θα είναι θετική καθώς θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, τόσο άμεσες όσο και έμμεσες, καθώς επίσης τα συγκριτικά χαμηλά ασφάλιστρα που θα παρέχονται σε συνδυασμό με την υψηλή φερεγγυότητα που θα της προδώσουν οι ισχυρές συνεργασίες που θα πραγματοποιήσει, θα προσδώσουν περαιτέρω κύρος στον κλάδο της ιδιωτικής ασφάλισης αυτοκινήτου και εν γένει στον θεσμό της ιδιωτικής ασφάλισης. Επίσης από

κοινωνικής άποψης θα βοηθήσει σημαντικά καθώς θα δώσει στους πολίτες το συναίσθημα ότι μια φερέγγυα Ασφαλιστική Εταιρία μπορεί να συνυπάρξει με χαμηλό κόστος ασφάλισης και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, ενώ παράλληλα θα καταπολεμηθεί και το φαινόμενο των ανασφάλιστων αυτοκινήτων καθώς το χαμηλό κόστος ασφάλισης που απαιτείται θα είναι κίνητρο για τον οποιοδήποτε οδηγό να προχωρήσει σε σύναψη ασφάλισης, μειώνοντας έτσι τις βαρύτερες κοινωνικές συνέπειες που προέρχονται από τροχαία ατυχήματα με ανασφάλιστα οχήματα.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική (Βιβλίο)**

Μιχάλης Πριναράκης 1999, «Γενικές Αρχές της Ιδιωτικής Ασφάλισης», Financial Forum, Αθήνα.

Χρήστος Βασ. Ναούμ 1994, «Εισαγωγή στην Χρηματοοικονομική Λογιστική», Interbooks, Αθήνα.

Σωτήρης Καρβούνης 2000, «Οικονομοτεχνικές Μελέτες», Εκδόσεις Αθανάσιου Σταμούλη, Αθήνα.

### **Ελληνική (Μελέτες)**

Boston Consulting Group 2012, «Παράγων Internet – Το Διαδίκτυο ως Μοχλός Ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας», Αθήνα.

Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος 2012, «Στατιστική Επετηρίδα Ασφάλισης Αυτοκινήτων», Αθήνα.

Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος 2012, «Ασφάλιση Αυτοκινήτου 2011», Αθήνα

Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος 2012, «SOLVENCY II – Συνοπτική Παρουσίαση», Αθήνα.

### **Ελληνική (Σημειώσεις)**

Δημήτριος Γεωργακέλος, Σημειώσεις μαθήματος «Μέθοδοι Οικονομοτεχνικών Μελετών», Αθήνα.

### **Ελληνική (Άρθρα Εφημερίδων)**

Εφημερίδα "ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ", 7/10/2012, «Ασφάλιση Ι.Χ. με ένα κλικ», σελίδα 16.

Εφημερίδα "ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ", 11/12/2012, «Στη μάχη των διαδικτυακών ασφαλίσεων αυτοκινήτου οι εταιρίες του κλάδου», σελίδα 2 ένθετο οικονομίας.

Περιοδικό "Ασφαλιστική Αγορά", 2013, Σύνοψη της μελέτης «On line Insurance Trend Report», Πανεπιστήμιο Βιέννης & Εταιρία Συμβούλων Επιχειρήσεων MOUNT ONYX.

**Ξενόγλωσση (Διατριβές)**

Savvas Tzanis, 05/2012, Direct Insurance “The determinants of success”, Ph.D. Dissertation of the University of St. Gallen School of Management, Economics, Law, Social Sciences & International Affairs.

**Ξενόγλωσση (Βιβλίο)**

Ueli Looser & Bruno Schlapfer, 2001, The New Venture Adventure – Succeed with Professional Business Planning, New York, USA.