

2024-01

þý ” 1 μ Á μ Í ½ · ã · μ À 1 Ç μ 1 Á · ¼ ± Ä 1 0 ® Â
þý œ μ Ä ± Ä Á ¿ À ® À Á ± Ä · Á - ¿ Å Å 3 Á Î ½
þý 0 ± Å ã - ¼ É ½ ã μ self service μ À 1

þý ” Í » » ¿ Â , ‘ ½ Ä Î ½ 1 ¿ Â

þý œ μ Ä ± Ä Ä Ç 1 ± 0 Ì Á Ì 3 Á ± ¼ ¼ ± ” 1 ¿ - 0 · ã · Â • À 1 Ç μ 1 Á ® ã μ É ½ , £ Ç ¿ » ® Ý 1 0 ¿ ½ ¿ ¼ 1 0 Î ½
þý ” 1 ¿ - 0 · ã · Â , ± ½ μ À 1 ã ã ® ¼ 1 ¿ • μ - À ¿ » 1 Â - Æ ¿ Ä

<http://hdl.handle.net/11728/12746>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



Distance Master's in Business Administration

**Διερεύνηση επιχειρηματικής ιδέας. Μετατροπή
πρατηρίου υγρών καυσίμων σε self service επιχείρηση**

Αντώνιος Ψύλλος

Ιανουάριος, 2024



Distance Master's in Business Administration

**Διερεύνηση επιχειρηματικής ιδέας. Μετατροπή
πρατηρίου υγρών καυσίμων σε self service επιχείρηση**

**Διπλωματική Εργασία η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση
μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Διοίκηση
Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφος.**

Αντώνιος Ψύλλος

Ιανουάριος, 2024

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Αντώνιος Ψύλλος, 2024

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Πανεπιστήμιο Νεάπολις δεν υποδηλώνει
απαραιτήτως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα που μελετάται στην παρούσα εργασία αφορά την αξιολόγηση της μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service. Η μελέτη αφορά ένα σύγχρονο πρατήριο καυσίμων το οποίο έχει και αίθουσα μίνι μάρκετ – καφέ και για το οποίο εξετάζεται αν είναι συμφέρουσα η πρόταση να γίνει self service, καθώς και αν θα είναι ικανοποιημένοι οι πελάτες και οι εργαζόμενοι από το νέο μοντέλο λειτουργίας του πρατηρίου. Η έρευνα βασίστηκε στην ποσοτική μέθοδο και υλοποιήθηκε μέσω της ανάλυσης κόστους - οφέλους και μέσω ηλεκτρονικής έρευνας ερωτηματολογίου ικανοποίησης πελατών και εργαζομένων. Το δείγμα αποτέλεσαν 84 άτομα εκ των οποίων 11 είναι εργαζόμενοι και 73 είναι πελάτες του πρατηρίου. Η ανάλυση των δεδομένων των ερωτηματολογίων έγινε στο SPSS. Συμπερασματικά, επιβεβαιώθηκε από την ανάλυση κόστους οφέλους η οικονομική βιωσιμότητα και κερδοφορία του έργου. Από την ανάλυση των ερωτηματολογίων φάνηκε πως οι πελάτες είναι διστακτικοί αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης. Τα επίπεδα της ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την εργασία τους (υπάρχουσες συνθήκες εργασίας) διαφοροποιούνται ανάλογα με τους παράγοντες της εργασίας (π.χ. χαμηλή ικανοποίηση για τον μισθό έως και υψηλή ικανοποίηση από την εποπτεία) και οι εργαζόμενοι φαίνεται πως δεν είναι ικανοποιημένοι με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης.

Λέξεις κλειδιά: πρατήριο καυσίμων αυτοεξυπηρέτησης (self service), ανάλυση κόστους οφέλους, καθαρή παρούσα αξία, εσωτερικός συντελεστής απόδοσης, ανάλυση ευαισθησίας, ικανοποίηση πελατών, ικανοποίηση εργαζομένων

ABSTRACT

The topic studied in this thesis concerns the evaluation of the conversion of a gas station into a self-service. The study concerns a modern gas station which also has a mini market – café and for which it is examined whether the proposal to become self service is advantageous, as well as whether customers and employees will be satisfied with the new operating model of the station. The survey was based on the quantitative method and it was implemented through cost-benefit analysis and through an online customer and employee satisfaction questionnaire survey. The sample consisted of 84 people, of which 11 are employees and 73 are customers of the petrol station. The analysis of the questionnaire data was done by using SPSS. In conclusion, the cost-benefit analysis confirmed the economic viability and profitability of the project. The analysis of the questionnaires showed that customers are hesitant about the idea of self service and the new operating model of the business. The levels of employee satisfaction regarding their work (existing working conditions) vary depending on the factors of work (e.g. they feel low satisfaction with salary and high satisfaction with supervision) and employees seem not to be satisfied with the idea of self-service and the new operating model of the business.

Keywords: self-service, cost-benefit analysis, net present value, internal rate of return, sensitivity analysis, customer satisfaction, employee satisfaction

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	6
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	7
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
1.1 Το εξεταζόμενο θέμα και η σημαντικότητα του	11
1.2 Το ερευνητικό πρόβλημα, οι ερευνητικοί στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα. 12	
1.3 Δομή της εργασίας.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	14
2.1 Βασικές θεωρίες και έννοιες	14
2.1.1 Το μοντέλο self – service (αυτοεξυπηρέτηση) στην τροφοδοσία των καυσίμων - ιστορική αναδρομή.....	14
2.1.2 Η έννοια της ικανοποίησης των πελατών	14
2.1.3 Η έννοια της ικανοποίησης από την εργασία	16
2.2 Πορίσματα σχετικών ερευνών και ερευνητικό κενό	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	20
3.1 Ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα.....	20
3.2 Μέθοδος έρευνας	20
3.2.1 Μεθοδολογία Ανάλυσης κόστους οφέλους.....	22
3.2.2 Μεθοδολογία έρευνας ικανοποίησης χρηστών και εργαζομένων	25
3.2.2.1 Ανάπτυξη ερωτηματολογίου	25
3.2.2.2 Το δείγμα και η διαδικασία συλλογής των δεδομένων	26
3.2.2.3 Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων	26
3.2.2.4 Περιορισμοί έρευνας	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ	28
4.1 Προφίλ Επιχείρησης.....	28
4.2 Αποτελέσματα τελευταίας χρήσης	28
4.3 Εφαρμογή Ανάλυσης Κόστους Οφέλους.....	29
Ανάλυση κόστους	29
Ανάλυση οφέλους	30
Χρηματοοικονομική αξιολόγηση.....	30
Υποθέσεις -Σενάρια.....	31
Χρηματοοικονομική αξιολόγηση επιχειρηματικού σχεδίου	35

Ανάλυση ευαισθησίας.....	39
Ανάλυση Ευαισθησίας	41
Διαμορφωση πρότασης επιχειρηματικού εγχειρήματος με βάση την χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου	42
4.4 Εφαρμογή Έρευνας Ικανοποίησης Πελατών και Εργαζομένων	44
4.4.1 Δημογραφικά στοιχεία	44
4.4.2 Ικανοποίηση εργαζομένων	47
4.4.3 Ικανοποίηση πελατών από τις υπηρεσίες και πρατήριου και αξιολόγηση της ιδέας του self service.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΣΥΖΗΤΗΣΗ	58
5.1 Συμπεράσματα εργασίας.....	58
5.2 Ερμηνεία αποτελεσμάτων έρευνας.....	62
5.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα και πρακτική	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ (ερωτηματολόγιο).....	70

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Πίνακας 1 Συνοπτική κατάσταση αποτελεσμάτων για την τελευταία χρήση του πρατηρίου .	28
Πίνακας 2 Υποθέσεις για την εξέλιξη των μεγεθών.....	32
Πίνακας 3 Η προϋπολογιστική κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για το πρώτο έτος λειτουργίας.....	35
Πίνακας 4 Οι ετήσιες ταμειακές ροές	36
Πίνακας 5 Οι ετήσιες ταμειακές ροές και οι σωρευτικές ροές	38
Πίνακας 6 Καθαρή Παρούσα Αξία και Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης	39
Πίνακας 7 Ευαισθησία Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	40
Πίνακας 8 Ευαισθησία Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης	41
Πίνακας 9 Η ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως προς τις μεταβολές του ΜΣΚΚ	41
Πίνακας 10. Δημογραφικά στοιχεία	45
Πίνακας 11. Χρόνια απασχόλησης στο πρατήριο	46
Πίνακας 12. Προτίμηση σε self service ή εξυπηρέτηση από υπάλληλο	47
Πίνακας 13. Αποτελέσματα κλίμακας αξιολόγησης ικανοποίησης εργαζομένων (JSS).....	47
Πίνακας 14. Αξιολόγηση ταχύτητας εξυπηρέτησης από self service (απόψεις εργαζομένων)	48
Πίνακας 15. Αντικατάσταση ανθρώπων από μηχανήματα (απόψεις εργαζομένων)	49
Πίνακας 16. Βελτίωση υπηρεσιών από self service (απόψεις εργαζομένων).....	49
Πίνακας 17. Υποβάθμιση ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service (απόψεις εργαζομένων)	49
Πίνακας 18. Πλεονέκτημα υπηρεσιών self service έναντι εξυπηρέτησης από εργαζόμενο (απόψεις εργαζομένων)	49
Πίνακας 19. Πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service (απόψεις εργαζομένων)	50
Πίνακας 20. Αξιολόγηση ποιότητας υπηρεσιών και βαθμός ικανοποίησης από παρεχόμενες υπηρεσίες.....	50
Πίνακας 21. Αξιολόγηση προσδοκιών πελατών για τις υπηρεσίες του πρατηρίου.....	52
Πίνακας 22. Αξιολόγηση υπηρεσιών πρατηρίου.....	54
Πίνακας 23. Αξιολόγηση ανθρώπινου παράγοντα για την ικανοποίηση των πελατών (απόψεις πελατών).....	55
Πίνακας 24. Αξιολόγηση ταχύτητας εξυπηρέτησης από self service (απόψεις πελατών).....	56
Πίνακας 25. Αντικατάσταση ανθρώπων από μηχανήματα (απόψεις πελατών).....	56
Πίνακας 26. Βελτίωση υπηρεσιών από self service (απόψεις πελατών)	56
Πίνακας 27. Υποβάθμιση ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service (απόψεις πελατών).....	57
Πίνακας 28. Πλεονέκτημα υπηρεσιών self service έναντι εξυπηρέτησης από εργαζόμενο (απόψεις πελατών).....	57
Πίνακας 29. Πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service (απόψεις πελατών)	57

Διάγραμμα 1 Ευαισθησία Καθαρής Παρούσας Αξίας: σχηματική απεικόνιση.....	40
Διάγραμμα 2. Ποσοστά πελατών και εργαζομένων.....	44
Διάγραμμα 3. Συχνότητα επίσκεψης σε πρατήριο.....	46
Διάγραμμα 4. Αποτελέσματα κλίμακας αξιολόγησης ικανοποίησης εργαζομένων (JSS).....	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Το εξεταζόμενο θέμα και η σημαντικότητα του

Το εξεταζόμενο θέμα αφορά την αξιολόγηση μιας επιχειρηματικής ιδέας, και συγκεκριμένα τη μετατροπή ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service. Σήμερα, η αυτοεξυπηρέτηση στην τροφοδοσία των καυσίμων έχει μεταμορφώσει τη βιομηχανία βενζίνης, με τις δυνατότητες να είναι ελκυστικές μέσα από τη νέα τεχνολογία που επιτρέπει πληρωμές με κινητά τηλέφωνα και ανέπαφες πληρωμές με κάρτες. Ωστόσο, πρόκληση αποτελεί η διασφάλιση μεγαλύτερης ασφάλειας για τους καταναλωτές (NACS, 2023).

Ένα self - service πρατήριο καυσίμων καταφέρνει να μειώσει τα επίπεδα κόστους εργασίας. Πρόσθετα, διέπεται από την ανάγκη πρόσληψης και εκπαίδευσης εργαζομένων, καθώς και τη διαχείριση και την πρόσληψη εργαζομένων μερικής απασχόλησης. Αυτό μπορεί να επηρεάσει τα επίπεδα ικανοποίησης των εργαζομένων στην εργασία τους (Giannikis & Mihail, 2011). Επιπλέον, η εξοικονόμηση του κόστους μπορεί να επιστραφεί εν μέρει στους πελάτες, προσφέροντας τους χαμηλότερες τιμές, κάτι που αποτελεί σημαντικό κριτήριο για αγοραστική απόφαση μέσα σε περιόδους οικονομικής στενότητας, όπως συμβαίνει σήμερα με την ενεργειακή κρίση και την ακρίβεια των αγαθών. Σύμφωνα με τους Paswan et al (2014), με το να προσφέρει χαμηλότερες τιμές ένα self – service πρατήριο καυσίμων, μπορεί να αυξήσει τα επίπεδα της ικανοποίησης των πελατών και την πρόθεση τους για μελλοντική χρήση των self - service υπηρεσιών. Μακροπρόθεσμα, η αυτοεξυπηρέτηση προσφέρει την καλύτερη συνολική λύση στη λειτουργία των πρατηρίων, προσφέροντας σημαντικά οφέλη στην επιχείρηση (Wang et al., 2016).

Όλα τα παραπάνω επισημαίνουν τη σημασία μελέτης του παρόντος θέματος, το οποίο διέπεται επίσης από πρωτοτυπία, καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη μελέτη που να διερευνά την αξιολόγηση της μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service επιχείρηση και την επίδραση της μετατροπής αυτής στα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών και των εργαζομένων του πρατηρίου.

1.2 Το ερευνητικό πρόβλημα, οι ερευνητικοί στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα

Το ερευνητικό πρόβλημα στην παρούσα εργασία αφορά στην αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service. Πιο συγκεκριμένα, αφορά τη μελέτη για ένα σύγχρονο πρατήριο καυσίμων το οποίο έχει και αίθουσα μίνι μάρκετ – καφέ και εξετάζει το αν είναι συμφέρουσα η πρόταση να γίνει η υφιστάμενη επιχείρηση ένα πρατήριο self service, μέσω της ανάλυσης κόστους - οφέλους. Επίσης εξετάζει τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών και των υπαλλήλων από το νέο μοντέλο λειτουργίας.

Με άξονα τα παραπάνω, οι επιμέρους στόχοι της παρούσας έρευνας είναι:

- Να αξιολογηθούν τα κόστη λειτουργίας και προσωπικού με βάση την επιχειρηματική ιδέα
- Να αξιολογηθεί αν η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας θα είναι συμφέρουσα (κερδοφόρα)
- Να παρουσιαστεί η ανάλυση κόστους – οφέλους για την εν λόγω επιχειρηματική ιδέα
- Να γίνει διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης
- Να γίνει διερεύνηση της ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την εργασία τους (υπάρχουσες συνθήκες εργασίας), καθώς και αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης

Με βάση τους παραπάνω στόχους, τα ερευνητικά ερωτήματα που καλείται να απαντήσει η παρούσα έρευνα είναι τα εξής:

- Σε τι επίπεδο διαμορφώνονται τα κόστη λειτουργίας και προσωπικού με βάση την επιχειρηματική ιδέα;
- Είναι η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας συμφέρουσα (κερδοφόρα);
- Πώς αξιολογείται η επιχειρηματική ιδέα μέσα από την ανάλυση κόστους – οφέλους;
- Ποια είναι τα επίπεδα της ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης;
- Ποια είναι τα επίπεδα της ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την εργασία τους (υπάρχουσες συνθήκες εργασίας), καθώς και αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης;

1.3 Δομή της εργασίας

Η εργασία δομείται σε πέντε κεφάλαια. Το κεφάλαιο 1 είναι η Εισαγωγή, όπου παρουσιάζεται το εξεταζόμενο θέμα και η σημαντικότητα του, διατυπώνεται το ερευνητικό πρόβλημα, οι στόχοι της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα και παρουσιάζεται η δομή της εργασίας στα επιμέρους κεφάλαια.

Το κεφάλαιο 2 αποτελεί την Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, όπου επισημαίνονται οι βασικές θεωρίες και έννοιες με το εξεταζόμενο θέμα, παρουσιάζονται τα βασικά πορίσματα των ερευνών που είναι σχετικών με αυτό, ενώ ακόμη και εντοπίζεται το ερευνητικό κενό που οδήγησε στην ανάγκη της παρούσας μελέτης.

Το κεφάλαιο 3 είναι η Μεθοδολογία, όπου δίνεται ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα, παρουσιάζεται η μέθοδος έρευνας, τα ερευνητικά εργαλεία, η διαδικασία συλλογής των δεδομένων και ο τρόπος ανάλυσης τους. Επίσης, δίνονται και οι περιορισμοί της έρευνας.

Έπεται το κεφάλαιο 4, που είναι τα Αποτελέσματα, όπου παρουσιάζεται αρχικά η ανάλυση κόστους οφέλους, με τον υπολογισμό της καθαρής παρούσας αξίας (NPV), ενώ ακολουθεί η περιγραφική στατιστική ανάλυση των δυο ερωτηματολογίων (ικανοποίησης πελατών και ικανοποίησης εργαζομένων του πρατηρίου), μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS.

Η εργασία ολοκληρώνεται με το κεφάλαιο 5, τη Συζήτηση – Συμπεράσματα, όπου ερμηνεύονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα, επισημαίνονται τα κύρια συμπεράσματα της έρευνας, και τέλος, τονίζεται η σημασία των αποτελεσμάτων για μελλοντική έρευνα και πρακτική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1 Βασικές θεωρίες και έννοιες

2.1.1 Το μοντέλο self – service (αυτοεξυπηρέτηση) στην τροφοδοσία των καυσίμων - ιστορική αναδρομή

Σχεδόν πριν από 60 χρόνια, μια σημαντική καινοτομία άλλαξε για πάντα την τροφοδοσία καυσίμων - και το λιανικό εμπόριο στο σύνολό του - όταν ο υπεύθυνος ενός καταστήματος ψιλικών στο Κολοράντο, ο John Roscoe, λειτούργησε τις πρώτες self – service αντλίες βενζίνης στις ΗΠΑ. Ωστόσο, τα βενζινάδικα είχαν ασχοληθεί με την αυτοεξυπηρέτηση πριν από τη δεκαετία του 1960. Το 1947, ο Frank Urich άνοιξε το πρώτο βενζινάδικο self-service στο Λος Άντζελες. Σε αυτούς τους πρώτους σταθμούς αυτοεξυπηρέτησης, οι αντλίες λειτουργούσαν από έναν μηχανικό υπολογιστή που επέτρεπε σε έναν υπάλληλο να γυρίσει χειροκίνητα την αντλία πίσω στο μηδέν για κάθε νέο πελάτη. Όπως, εκείνη την εποχή δεν υιοθέτησαν αυτήν την ιδέα πολλοί λιανοπωλητές. Η αυτοεξυπηρέτηση στην τροφοδοσία των καυσίμων μέσα από την ιδέα του John Roscoe ήταν μια σημαντική επιχειρηματική ιδέα, καθώς προσέφερε τη δυνατότητα να μετατραπεί η επιχείρηση βενζίνης σε βενζινάδικο self – service, αυξάνοντας σημαντικά το περιθώριο κέρδους της, χωρίς να υποστεί πολύ μεγάλα έξοδα. Οι πελάτες αποδέχτηκαν την ιδέα από την αρχή, καθώς επωφελήθηκαν ιδίως από τις χαμηλότερες τιμές, εξοικονομώντας χρήματα. Στη συνέχεια, η αυτοεξυπηρέτηση στα πρατήρια βενζίνης συνέχισε να εξελίσσει το τοπίο του λιανικού εμπορίου, όπου εισήχθησαν υπηρεσίες self – service για καφέ, ATM, είδη παντοπωλείου κτλ. Σήμερα, η αυτοεξυπηρέτηση στην τροφοδοσία των καυσίμων έχει μεταμορφώσει τη βιομηχανία βενζίνης, με τις δυνατότητες να είναι ελκυστικές μέσα από τη νέα τεχνολογία που επιτρέπει πληρωμές με κινητά τηλέφωνα και ανέπαφες πληρωμές με κάρτες. Ωστόσο, πρόκληση αποτελεί η διασφάλιση μεγαλύτερης ασφάλειας για τους καταναλωτές (NACS, 2023).

2.1.2 Η έννοια της ικανοποίησης των πελατών

Η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα πεδία του μάρκετινγκ (Jones & Suh, 2000; Pappu & Quester, 2006). Κατά τον Oliver (1997), “η ικανοποίηση είναι η ανταπόκριση εκπλήρωσης των προσδοκιών του καταναλωτή, σχετικά με το αν

ένα χαρακτηριστικό προϊόντος ή υπηρεσίας, ή το ίδιο το προϊόν ή η υπηρεσία, παρείχε (ή παρέχει) ένα ευχάριστο επίπεδο εκπλήρωσης που σχετίζεται με την κατανάλωση”. Οι Hansemark και Albinsson (2004) αναφέρουν πως “η ικανοποίηση αφορά τη συναισθηματική αντίδραση στη διαφορά μεταξύ αυτού που αναμένουν οι πελάτες και αυτού που λαμβάνουν, σχετικά με την εκπλήρωση κάποιας ανάγκης, στόχου ή επιθυμίας”. Σύμφωνα με τους Rodriguez del Bosque και San Martin (2008), η ικανοποίηση των καταναλωτών εμπεριέχει στοιχεία γνωστικά αλλά και συναισθηματικά και αποτελεί σημαντικό δείκτη της πιστότητας των καταναλωτών (Fornell et al, 1996; Johnson et al, 2001).

Με βάση τη βιβλιογραφία, ένα σύνολο παραγόντων επιδρούν στην ικανοποίηση των πελατών, όπως οι προσδοκίες τους (Szymanski & Henard, 2001), διάφοροι προσωπικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες (Zeithaml & Bitner, 2000), η ποιότητα, η εξυπηρέτηση και η τιμή (Bei & Chiao, 2001), η δημοτικότητα και η εικόνα της επωνυμίας, καθώς και η εμπιστοσύνη στο εμπορικό σήμα (Garcia et al., 2020), αλλά και γενικότερα το μίγμα μάρκετινγκ (Othman et al., 2021). Συνάμα, τα χαρακτηριστικά των πελατών, όπως τα δημογραφικά τους στοιχεία, η κουλτούρα τους, η ταυτότητα του εαυτού τους, σχετίζονται με το επίπεδο της πελατειακής ικανοποίησης καθώς και με τον τρόπο με τον οποίο αυτή επηρεάζει τις προθέσεις αγοραστικής συμπεριφοράς τους. Επιπλέον, οι αποδόσεις των προϊόντων και τα συναισθήματα που προκαλούνται από την κατάσταση κατανάλωσης μπορούν να επηρεάσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών (Mittal & Frennea, 2010).

Ο πελάτης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο για μια επιχείρηση ως παραγωγός κερδών, πυρήνας επιχειρηματικής στρατηγικής και πρεσβευτής της μάρκας της επιχείρησης. Λόγω του σημαντικού ρόλου που διαδραματίζουν οι πελάτες προς την επιχείρηση, είναι σημαντικό αυτή να διασφαλίσει τη διατήρηση της ικανοποίησης των πελατών και να οικοδομήσει την αφοσίωση τους προς το εμπορικό σήμα. Για να είναι επιτυχείς οι οργανισμοί πρέπει να εξετάζουν διεξοδικά τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών τους. Η υψηλή ικανοποίηση των πελατών συμβάλλει θετικά στην αφοσίωση τους και άρα ενισχύει την κερδοφορία ενός οργανισμού. Συνεπώς, η ικανοποίηση των πελατών είναι απαραίτητη για τη μακροπρόθεσμη επιχειρηματική επιτυχία (Basari & Shamsudin, 2020).

2.1.3 Η έννοια της ικανοποίησης από την εργασία

Η ικανοποίηση από την εργασία είναι μια πολυδιάστατη μεταβλητή στο χώρο εργασίας (Judge et al., 2001), έχοντας ζωτικό ρόλο στη διαχείριση της προσωπικής ευημερίας των εργαζομένων καθώς και στην επίτευξη οργανωτικής επιτυχίας. Διάφοροι ορισμοί υπάρχουν στη βιβλιογραφία σχετικά με την εργασία. Ο Locke (1969) ορίζει την ικανοποίηση από την εργασία ως “το θετικό συναισθηματικό αποτέλεσμα της αξιολόγησης του ατόμου για την επαγγελματική του εμπειρία συγκρίνοντας τι αναμένει από την εργασία και τι αποκομίζει από αυτήν”. Ο Spector (1997) επισημαίνει πως η εργασιακή ικανοποίηση είναι “μια γενική συναισθηματική αντίδραση που έχουν τα άτομα για την εργασία τους”. Ο Weiss (2002) όρισε την ικανοποίηση από την εργασία ως “τη θετική μετρήσιμη κρίση ενός ατόμου σχετικά με τις συνθήκες εργασίας του”. Ο Lim (2008) όρισε την ικανοποίηση από την εργασία ως “συνέπεια της εργασιακής εμπειρίας ενός ατόμου και μάλιστα, σχετίζεται με την ψυχική του υγεία, με την αύξηση της παραγωγικότητας και με το επίπεδο κύκλου εργασιών”. Ο Lussier (2008) δήλωσε ότι η ικανοποίηση από την εργασία είναι “η συνολική στάση των εργαζομένων απέναντι στην εργασία”. Σύμφωνα με τον Spector (2000), η ικανοποίηση από την εργασία μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως εσωτερική (η οποία παράγεται από την ίδια την εργασία) και εξωτερική (η οποία παράγεται από το περιβάλλον εργασίας). Οι Millán et al (2013) διακρίνουν δύο τύπους ικανοποίησης από την εργασία: την ικανοποίηση από την εργασία όσον αφορά τον τύπο εργασίας και την ικανοποίηση από την εργασία όσον αφορά την ασφάλεια της εργασίας.

Οι καθοριστικοί παράγοντες της ικανοποίησης από την εργασία είναι διάφοροι και αναφέρονται τόσο σε εξωτερικούς όσο και σε εσωτερικούς παράγοντες (Chen & Silverthorne, 2008; Saari & Judge, 2004). Οι εξωτερικοί παράγοντες είναι αυτοί που σχετίζονται με την εργασία και αφορούν τις συνθήκες εργασίας, την αμοιβή, το επίπεδο άγχους, τις σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων κ.λπ. (Hanasyha & Tahir, 2016). Οι εσωτερικοί παράγοντες σχετίζονται με τα στοιχεία της προσωπικότητας και το δημογραφικό προφίλ του εργαζομένου και είναι παράγοντες που επίσης επιδρούν στην ικανοποίηση από την εργασία. Η γενική ικανοποίηση που λαμβάνει ένας εργαζόμενος από τη ζωή του και η ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση από την εργασία (Fetai et al., 2015; Georgellis et al., 2012; Saleem, 2015; İzvercian et al., 2016). Διαφαίνεται λοιπόν πως η ικανοποίηση από την εργασία είναι αποτέλεσμα τόσο ατομικών όσο και οργανωτικών παραγόντων (Koustelios, 2001).

Η ικανοποίηση των εργαζομένων είναι απαραίτητη για την επιτυχία οποιασδήποτε επιχείρησης. Οι εταιρείες πρέπει να διασφαλίσουν ότι η ικανοποίηση των εργαζομένων είναι υψηλή, γεγονός που αποτελεί προϋπόθεση για την αύξηση της παραγωγικότητας τους αλλά και τη βελτίωση της ποιότητας και της εξυπηρέτησης των πελατών (Sageer et al., 2012).

2.2 Πορίσματα σχετικών ερευνών και ερευνητικό κενό

Όπως έχει αναφερθεί, η παρούσα εργασία αφορά στην αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service, εστιάζοντας στο αν είναι συμφέρουσα η πρόταση μετατροπής της υφιστάμενης επιχείρησης σε ένα πρατήριο self service, καθώς και στο ποια είναι τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών και των υπαλλήλων από το νέο μοντέλο λειτουργίας. Η υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με το θέμα αυτό είναι πολύ περιορισμένη, γεγονός που αναδεικνύει το ερευνητικό κενό στη βιβλιογραφία και τη σημαντικότητα διερεύνησης του.

Ένα από τα ζητήματα που αναφέρουν οι υπάρχουσες έρευνες σχετικά με τα self - service βενζινάδικα είναι ότι η χρήση των τεχνολογιών αυτοματισμού κάνει τη λειτουργία του πρατηρίου λιγότερο χρονοβόρα (Dutta et al., 2020). Συνάμα, το μοντέλο self – service απαιτεί λιγότερους ανθρώπινους πόρους, οπότε μειώνεται το κόστος εργασίας, αλλά και η ανάγκη πρόσληψης και εκπαίδευσης εργαζομένων. Το μοντέλο self - service διευκολύνει τη διαχείριση και την πρόσληψη εργαζομένων μερικής απασχόλησης (Wang et al, 2016). Αυτό μπορεί να επηρεάσει τα επίπεδα ικανοποίησης των εργαζομένων στην εργασία τους, καθώς η βιβλιογραφία αναφέρει πως η εργασιακή ικανοποίηση διαφοροποιείται ανάμεσα σε καθεστώτα πλήρους και μερικής απασχόλησης (Giannikis & Mihail, 2011).

Η εξοικονόμηση του κόστους μπορεί να επιστραφεί εν μέρει στους πελάτες, προσφέροντας τους χαμηλότερες τιμές, κάτι που αποτελεί σημαντικό κριτήριο για αγοραστική απόφαση μέσα σε περιόδους οικονομικής στενότητας, όπως συμβαίνει σήμερα με την ενεργειακή κρίση και την ακρίβεια των αγαθών. Σύμφωνα με τους Paswan et al (2014), μια αύξηση στις τιμές καυσίμων μπορεί να δημιουργήσει άγχος στους καταναλωτές και να τους στρέψει ακόμη και σε άλλες μορφές μετακίνησης, όπως μέσα μαζικής μεταφοράς. Συνεπώς, προσφέροντας χαμηλότερες τιμές ένα self – service βενζινάδικο, μπορεί να συμβάλλει στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και στην αύξηση της πρόθεσης των πελατών για μελλοντική χρήση των self - service

βενζινάδικων. Όπως αναφέρει και η μελέτη των Ndlazi et al (2021), που έγινε σε δείγμα 300 πελατών πρατηρίων καυσίμων self - service στο Γιοχάνεσμπουργκ της Νότιας Αφρικής, μέσω έρευνας ερωτηματολογίου, οι πελάτες έχουν ευνοϊκή στάση απέναντι στην υιοθέτηση και εφαρμογή του μοντέλου self -service στα πρατήρια καυσίμων, όταν αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα από τη χρήση του (όπως χαμηλότερες τιμές).

Με αναφορά σε μια κορυφαία εταιρεία πετρελαίου στην Ταϊβάν, που παράγει και πουλάει προϊόντα πετρελαίου σε εγχώριους και διεθνείς πελάτες στις βιομηχανικές και καταναλωτικές αγορές, οι Wang et al (2016) επισημαίνουν πως το μοντέλο αυτοεξυπηρέτησης προσελκύει πελάτες, με την εν λόγω εταιρεία να σχεδιάζει να πραγματοποιήσει τη διαδικασία μετατροπής, μακροπρόθεσμα, για όλα τα πρατήρια της που είναι πλήρους εξυπηρέτησης σε self - service. Όπως αναφέρουν οι παραπάνω ερευνητές, μακροπρόθεσμα, η αυτοεξυπηρέτηση προσφέρει την καλύτερη συνολική λύση στη λειτουργία των βενζινάδικων, προσφέροντας σημαντικά οφέλη στην επιχείρηση.

Τέλος, σχετική μελέτη των Walaszczyk et al (2020), που έκανε αναφορά στον κλάδο πρατηρίων καυσίμων στην Πολωνία, επισημαίνει πως σήμερα όλο και περισσότερα πρατήρια στη χώρα βασίζονται στην αυτοεξυπηρέτηση. Πλέον, οι πελάτες αντλούν το καύσιμο μόνοι τους, μπορούν να πλύνουν τα παράθυρα του αυτοκινήτου τους, να ελέγξουν την πίεση των ελαστικών ή ακόμα και να καθαρίσουν με ηλεκτρική σκούπα το εσωτερικό του αυτοκινήτου, μόνοι τους. Πρόσθετα, μπορούν να κάνουν αγορές από το ψυλκατζίδικο που βρίσκεται στα περισσότερα βενζινάδικα, αγοράζοντας για παράδειγμα τρόφιμα και ποτά. Οι εταιρείες βελτιώνουν συνεχώς τη διαδικασία πώλησης, ώστε να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες, αξιοποιώντας καινοτομίες όπως η χρήση της οθόνης αφής στην τεχνολογία αυτοεξυπηρέτησης. Οι εταιρείες αποκτούν με τον τρόπο αυτόν τη δυνατότητα να εξυπηρετούν περισσότερους πελάτες με λιγότερους πόρους και συνεπώς μειώνουν το κόστος. Συνάμα, αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών, ώστε να αγοράσουν ξανά στο μέλλον και να μην αναζητήσουν εναλλακτικές λύσεις από ανταγωνιστές (Hsieh, 2005; Jokisuu et al., 2015).

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί πως δεν υπάρχει ερευνητική αναφορά στην ελληνική βιβλιογραφία γύρω από το εξεταζόμενο θέμα των πρατηρίων self – service, δηλαδή αναφορικά με το αν είναι συμφέρουσα η πρόταση μετατροπής της υφιστάμενης επιχείρησης σε ένα πρατήριο self service, καθώς και στο ποια είναι τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών και των υπαλλήλων από το εν λόγω μοντέλο

λειτουργίας. Αν και στην Ε.Ε. η πρακτική λειτουργίας αυτόματων πωλητών στα πρατήρια υγρών καυσίμων και πέραν του ωραρίου λειτουργίας τους είναι υιοθετημένη κατά κόρον, στην Ελλάδα η δυνατότητα αυτή ήρθε στο προσκήνιο με σχετική εγκύκλιο το 2009. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού με την υπ' αριθ. 334/V/2007 απόφασή της είχε, ήδη, υποδείξει τον τρόπο αυτό εφοδιασμού των αυτοκινήτων και μοτοσικλετών με καύσιμα ως ένα αναγκαίο μέτρο ενίσχυσης του ανταγωνισμού, με απώτερο στόχο τη διεύρυνση των επιλογών του καταναλωτή, που δυνητικά οδηγεί σε χαμηλότερες τιμές. Με την εφαρμογή της νέας ρύθμισης, πλέον οι καταναλωτές, μπορούν να ανεφοδιάζονται και σε (κλειστά) πρατήρια στα οποία λειτουργούν αυτόματα μηχανήματα πώλησης υγρών καυσίμων, δηλαδή με τη μέθοδο της αυτοεξυπηρέτησης (self-service). Το νέο αυτό μοντέλο λειτουργίας των πρατηρίων εκτιμάται ότι θα ενισχύσει τον ανταγωνισμό με ευεργετικές επιδράσεις στις λιανικές τιμές (τιμές αντλίας), δίνοντας μεγαλύτερη δυνατότητα επιλογής στον τελικό καταναλωτή με σημαντικά οφέλη. Αξιοσημείωτο είναι το ζήτημα της ασφάλειας, με την νομοθεσία να λαμβάνει ιδιαίτερη μέριμνα για την ασφάλεια των πολιτών, μέσα από αναλυτικές εγκυκλίους (Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών) όπου περιγράφονται τα μέτρα ασφαλείας και πυρόσβεσης που οφείλουν να λαμβάνουν τα πρατήρια, τα οποία λειτουργούν με αυτόματους πωλητές, προκειμένου να εξαλειφθούν οποιεσδήποτε πιθανότητες ατυχήματος. Οι πρατηριούχοι που επιλέγουν την εγκατάσταση αυτόματων πωλητών και τη λειτουργία τους, εκτός του προκαθορισμένου, με τις εκάστοτε νομαρχιακές αποφάσεις, ωραρίου, οφείλουν να τηρούν όλες τις προϋποθέσεις ασφαλείας, που προβλέπονται στην κείμενη νομοθεσία για τα πρατήρια και, επιπλέον, τους ειδικούς όρους λειτουργίας αυτόματων μηχανημάτων πώλησης υγρών καυσίμων (Capital, 2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1Ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διενεργήσει μια αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service. Πιο ειδικά, σκοπός είναι να μελετηθεί αν είναι συμφέρουσα επιλογή να γίνει self service ένα σύγχρονο πρατήριο καυσίμων το οποίο έχει και αίθουσα μίνι μάρκετ – καφέ, μέσω της ανάλυσης κόστους - οφέλους, καθώς και να διερευνηθούν τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών και των υπαλλήλων από το νέο μοντέλο λειτουργίας. Για τη μελέτη των παραπάνω, έχουν τεθεί τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- Σε τι επίπεδο διαμορφώνονται τα κόστη λειτουργίας και προσωπικού με βάση την επιχειρηματική ιδέα;
- Είναι η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας συμφέρουσα (κερδοφόρα);
- Πώς αξιολογείται η επιχειρηματική ιδέα μέσα από την ανάλυση κόστους – οφέλους;
- Ποια είναι τα επίπεδα της ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης;
- Ποια είναι τα επίπεδα της ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την εργασία τους (υπάρχουσες συνθήκες εργασίας), καθώς και αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης;

3.2Μέθοδος έρευνας

Η παρούσα έρευνα βασίζεται στην ποσοτική μέθοδο. Μια ποσοτική έρευνα βασίζεται στη διενέργεια της αντικειμενικής μέτρησης και της αριθμητικής ανάλυσης. Μέσα από την ποσοτική μέθοδο έρευνας μπορούν να προκύψουν συμπεράσματα, χαρακτηριστικά ή σχέσεις στο πλαίσιο του ευρύτερου πληθυσμού της έρευνας, αξιοποιώντας ερευνητικά εργαλεία όπως το ερωτηματολόγιο. Η ποσοτική έρευνα μπορεί να υλοποιηθεί επίσης και σε μια πειραματική προσέγγιση, αλλά και σε μια προσέγγιση προσομοίωσης για την κατανόηση των μελλοντικών συνθηκών ενός περιβάλλοντος. Χαρακτηριστικό της ποσοτικής έρευνας είναι η ικανότητα να μελετά επαγωγικά και περιγραφικά τα αριθμητικά δεδομένα (Sukamolson, 2007). Στην παρούσα έρευνα η ποσοτική μέθοδος

υλοποιείται μέσω της ανάλυσης κόστους - οφέλους και μέσω έρευνας ικανοποίησης πελατών και εργαζομένων με ερωτηματολόγια.

Τα βήματα που ακολουθήθηκαν στην έρευνα είναι τα παρακάτω



1. Καθορισμός των Στόχων:

Στο στάδιο αυτό καθορίστηκαν οι στόχοι της έρευνας , συμπεριλαμβάνοντας την αξιολόγηση της κερδοφορίας και την αξιολόγηση της ικανοποίησης των πελατών και των εργαζομένων.

2. Σχεδιασμός της Έρευνας:

Στο στάδιο αυτό διαμορφώθηκε το σχέδιο έρευνας που περιλαμβάνει και τις δύο μεθόδους. Προγραμματίστηκε η συλλογή δεδομένων για την ανάλυση κόστους-οφέλους και την έρευνα ικανοποίησης με ερωτηματολόγια.

3. Συλλογή Δεδομένων:

Συγκεντρώθηκαν τα δεδομένα σχετικά με τα κόστη λειτουργίας, τα οφέλη, την ικανοποίηση των πελατών και των εργαζομένων, με τη χρήση έρευνας πεδίου.

4. Ανάλυση Δεδομένων και Ερμηνεία:

Εφαρμόστηκαν οι μέθοδοι ανάλυσης για την αξιολόγηση της κερδοφορίας και της ικανοποίησης. Ερμηνεύτηκαν τα αποτελέσματα σε σχέση με τους στόχους της έρευνας και τονίστηκαν οι πτυχές που επηρεάζουν την επιχειρηματική ιδέα.

6. Διατύπωση Προτάσεων και Συστάσεων:

Βασισμένοι στα αποτελέσματα, διατυπώθηκαν προτάσεις και συστάσεις για την εφαρμογή ή τη μη εφαρμογή της επιχειρηματικής ιδέας.

3.2.1 Μεθοδολογία Ανάλυσης κόστους οφέλους

Η ανάλυση κόστους οφέλους είναι η συστηματική και αναλυτική διαδικασία σύγκρισης οφέλους και κόστους κατά την αξιολόγηση της σκοπιμότητας ενός έργου ή προγράμματος. Η ανάλυση κόστους-οφέλους είναι θεμελιώδους σημασίας για τη λήψη αποφάσεων (Mishan & Quah, 2020). Υλοποιείται μέσα από τα εξής στάδια (Hayes, 2023):

- **Στάδιο 1: Οριοθέτηση της κατάστασης, προσδιορισμός στόχων, δημιουργία πλαισίου για το πεδίο εφαρμογής της ανάλυσης.**

Σε αυτό το αρχικό στάδιο πραγματοποιείται ο σχεδιασμός του έργου, συμπεριλαμβανομένου του χρονοδιαγράμματος, των απαιτούμενων πόρων, των περιορισμών, του απαιτούμενου προσωπικού ή των τεχνικών αξιολόγησης. Σε αυτό το σημείο μια εταιρεία πρέπει να αξιολογήσει εάν είναι έτοιμη για να πραγματοποιήσει την ανάλυση επαρκώς. Κατά τη διάρκεια της φάσης ανάπτυξης του πεδίου εφαρμογής του έργου, θα πρέπει να προσδιοριστούν οι βασικοί ενδιαφερόμενοι, να ενημερωθούν και να τους δοθεί η ευκαιρία να παράσχουν τη συμβολή τους κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

- **Στάδιο 2: Προσδιορισμός του κόστους.**

Το δεύτερο στάδιο της ανάλυσης κόστους-οφέλους είναι ο προσδιορισμός του κόστους του έργου. Το κόστος μπορεί να περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- άμεσο κόστος: είναι η άμεση εργασία που εμπλέκεται στην κατασκευή, το απόθεμα, τις πρώτες ύλες, τα έξοδα κατασκευής.
- έμμεσο κόστος: μπορεί να περιλαμβάνει την ηλεκτρική ενέργεια, τα γενικά έξοδα από τη διαχείριση, το ενοίκιο, τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας.
- άυλο κόστος μιας απόφασης: παράδειγμα αποτελεί ο αντίκτυπος στους πελάτες, τους υπαλλήλους ή οι χρόνοι παράδοσης.
- κόστος ευκαιρίας: παράδειγμα αποτελούν οι εναλλακτικές επενδύσεις ή η αγορά εργοστασίου έναντι κατασκευής του.
- κόστος πιθανών κινδύνων: αυτοί οι κίνδυνοι μπορεί να είναι ρυθμιστικοί κίνδυνοι, αλλά και κίνδυνοι από τον ανταγωνισμό και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Κατά τον προσδιορισμό του κόστους, είναι σημαντικό να λάβει η εταιρεία υπόψη εάν τα έξοδα επαναλαμβάνονται ή αν αποτελούν ένα εφάπαξ κόστος. Είναι επίσης σημαντικό να αξιολογήσει εάν το κόστος είναι μεταβλητό ή

σταθερό. Το κόστος μπορεί να είναι οικονομικό (δηλ. έξοδα που καταγράφονται σε κατάσταση λογαριασμού αποτελεσμάτων) ή μη χρηματοοικονομικό (όπως αρνητικές επιπτώσεις στην κοινότητα).

- **Στάδιο 3: προσδιορισμός του οφέλους.**

Τα οφέλη μπορεί να περιλαμβάνουν τα εξής:

- Υψηλότερα έσοδα και πωλήσεις από αυξημένη παραγωγή ή νέο προϊόν.
- Άυλα οφέλη, όπως βελτιωμένη ασφάλεια και ηθικό των εργαζομένων, καθώς και ικανοποίηση πελατών λόγω βελτιωμένων προσφορών προϊόντων ή ταχύτερης παράδοσης.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή μερίδιο αγοράς που αποκτήθηκε ως αποτέλεσμα της απόφασης.

Κατά την ανάλυση κόστους-οφέλους, πρέπει να λαμβάνονται προσεκτικά υπόψη όλα τα στοιχεία, ώστε να μην υποτιμάται το κόστος ή να μην υπερεκτιμώνται τα οφέλη.

- **Στάδιο 4: Υπολογιστικό μέρος της ανάλυσης**

Έχοντας οριοθετήσει τα στοιχεία κόστους και οφέλους, από τη διαφορά τους εκτιμάται αν το έργο είναι συμφέρον ή όχι. Εάν τα οφέλη είναι υψηλότερα από το κόστος, το έργο έχει καθαρό όφελος για την εταιρεία. Ορισμένες αναλύσεις κόστους-οφέλους απαιτούν ωστόσο πιο εμπειριστατωμένη κριτική. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει:

- Εφαρμογή προεξοφλητικών επιτοκίων για τον προσδιορισμό της καθαρής παρούσας αξίας των ταμειακών ροών.
- Υπολογισμός ανάλυσης κόστους-οφέλους για πολλαπλές επιλογές. Κάθε επιλογή μπορεί να έχει διαφορετικό κόστος και διαφορετικό όφελος.
- Εκτέλεση ανάλυσης ευαισθησίας για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο μικρές αλλαγές στις εκτιμήσεις μπορούν να επηρεάσουν τα αποτελέσματα.

- **Στάδιο 5: Εφαρμογή.**

Στο τελικό στάδιο αξιολογείται αν η ανάλυση κόστους-οφέλους υποστηρίζει τελικά τον αρχικό σκοπό της διοίκησης.

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, γίνεται μελέτη για το πρατήριο καυσίμων όπου αξιολογούνται τα κόστη λειτουργίας και του προσωπικού σε σχέση με τα κόστη που θα προκύψουν αν το πρατήριο μετατραπεί σε πρατήριο self service. Στόχος της ανάλυσης αυτής είναι να διερευνηθεί αν το πρατήριο θα ωφεληθεί ή όχι από την

υλοποίηση αυτής της ιδέας. Η διερεύνηση γίνεται με την ανάλυση κόστους οφέλους, η οποία γίνεται με τον υπολογισμό της καθαρής παρούσας αξίας (Net Present Value, NPV).

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) επιτρέπει να αξιολογηθεί μια επενδυτική απόφαση, συγκρίνοντας την παρούσα αξία των ταμειακών εισροών (όφελος) με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών (κόστος). Τα βήματα για τον υπολογισμό της ΚΠΑ είναι (Banking News, 2017):

- Καθορισμός όλων των ταμειακών ροών που συνδέονται με ένα έργο ή μια επένδυση καθώς και το χρονικό διάστημα κατά το οποίο αυτές θα προκύψουν. Οι ταμειακές ροές μπορεί να είναι είτε θετικές (εισροή χρημάτων), είτε αρνητικές (εκροές χρημάτων/δαπάνες).
- Καθορισμός του κατάλληλου προεξοφλητικού επιτοκίου, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για τον υπολογισμό της Παρούσας Αξίας των μελλοντικών ταμειακών ροών.
- Άθροισμα της Παρούσας Αξίας όλων των ταμειακών ροών, τόσο θετικών όσο και αρνητικών για τον υπολογισμό της ΚΠΑ και κατ' επέκταση της κερδοφορίας της επένδυσης.

Ως προς τον τύπο υπολογισμού της, η ΚΠΑ είναι η διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των καθαρών ταμειακών ροών (ΚΤΡ) της επένδυσης και του κεφαλαίου που απαιτείται για την απόκτησή του (K_0):

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \frac{ΚΤΡ_t}{(1+i)^t} - K_0$$

Το κριτήριο για την ΚΠΑ είναι το εξής (Bora, 2015):

- Αν η ΚΠΑ είναι θετική, τότε γίνεται αποδοχή του έργου
- Αν η ΚΠΑ είναι αρνητική, τότε το έργο απορρίπτεται
- Αν η ΚΠΑ είναι μηδέν τότε η επένδυση είναι αδιάφορη (το έργο ίσως να γίνει αποδεκτό ίσως και όχι)

Η ΚΠΑ είναι μία από τις δύο τεχνικές προεξόφλησης ταμειακών ροών (η άλλη τεχνική είναι ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης, ΕΣΑ) που χρησιμοποιούνται στη συγκριτική αξιολόγηση επενδυτικών προτάσεων, όπου η ροή του εισοδήματος διαφέρει στην πάροδο του χρόνου. Ο ΕΣΑ είναι εκείνο το ποσοστό με το οποίο το άθροισμα των προεξοφλημένων ταμειακών εισροών ισούται με το άθροισμα των προεξοφλημένων

ταμειακών ροών. Είναι το ποσοστό απόδοσης που εξισώνει την παρούσα αξία των ταμειακών εισροών με την παρούσα αξία των ταμειακών ροών. Το κριτήριο για τον ΕΣΑ είναι το εξής (Bora, 2015):

- Όταν ο ΕΣΑ είναι μεγαλύτερος από το κόστος κεφαλαίου, τότε το έργο θα γίνει αποδεκτό.
- Όταν ο ΕΣΑ είναι μικρότερος από το κόστος κεφαλαίου, τότε το έργο θα απορριφθεί.
- Όταν ο ΕΣΑ ισούται με το κόστος κεφαλαίου, τότε το έργο δεν θα έχει κέρδη και δεν θα υποστεί ζημίες επίσης, άρα είναι αδιάφορη η επένδυση.

Τα δεδομένα για την ανάλυση κόστους οφέλους στην παρούσα εργασία αντλήθηκαν από την επιχείρηση, σε φύλλο excel και είναι τα εξής:

- Λειτουργικά κόστη (ενοίκιο, νερό, ρεύμα, τηλέφωνο, ίντερνετ, κτλ.)
- Κόστη μισθοδοσίας και διαχείρισης
- Κόστη εκπαίδευσης και ρουχισμού του προσωπικού
- Κόστη συντήρησης
- Οι ποσότητες των καυσίμων προς πώληση και το κέρδος που προκύπτει
- Η κερδοφορία από τις υπόλοιπες κατηγορίες (ψιλικά, λιπαντικά, τσιγάρα κτλ.)

3.2.2 Μεθοδολογία έρευνας ικανοποίησης χρηστών και εργαζομένων

Στο πλαίσιο της ποσοτικής έρευνας μέσω ερωτηματολογίων, γίνεται διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης, καθώς και της ικανοποίησης των εργαζομένων σχετικά με την εργασία τους (υπάρχουσες συνθήκες εργασίας), την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης. Οι παραπάνω διερευνήσεις γίνονται αξιοποιώντας ως ερευνητικά εργαλεία δυο δομημένα ερωτηματολόγια, τα οποία περιγράφονται ακολούθως. Μέσα από αυτά τα ερευνητικά εργαλεία, τα δεδομένα παρουσιάζονται ποσοτικά, δηλαδή με αριθμούς και με στατιστικούς όρους (Παπαγεωργίου, 2014).

3.2.2.1 Ανάπτυξη ερωτηματολογίου

Για τη διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών του πρατηρίου αξιοποιείται ερωτηματολόγιο ικανοποίησης πελατών, κλειστού τύπου, που αναδεικνύει πόσο ικανοποιημένοι δηλώνουν οι πελάτες με την ιδέα του self service και το νέο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης. συγκεκριμένα, αξιολογήθηκαν τα εξής: απτή διάσταση των

προσδοκιών των εργαζομένων, αξιοπιστία πρατηρίου, ανταπόκριση, ασφάλεια και ενσυναίσθηση.

Για τη διερεύνηση της ικανοποίησης των εργαζομένων αξιοποιείται το ερωτηματολόγιο JSS (Job Satisfaction Survey) (Spector, 1985), που διερευνά εννέα διαστάσεις της ικανοποίησης από την εργασία που σχετίζονται με τη συνολική ικανοποίηση: μισθό, διαδικασία λειτουργίας, προνόμια, δυνατότητα προαγωγής, έκτακτες ανταμοιβές, συναδερφικές σχέσεις, περιβάλλον, επικοινωνία και εποπτεία. Οι συμμετέχοντες καλούνται να απαντήσουν σε 36 ερωτήσεις (4 ερωτήσεις για καθεμία από τις εννέα υποκλίμακες). Για κάθε θέμα, υπάρχουν επιλογές μεταξύ «διαφωνώ απόλυτα» και «συμφωνώ απόλυτα», έξι επιλογές συνολικά, με τις οποίες οι συμμετέχοντες πρέπει να απαντήσουν σε μια κάθε φορά. Το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας δίνεται στο Παράρτημα.

3.2.2.2 Το δείγμα και η διαδικασία συλλογής των δεδομένων

Τα ερωτηματολόγια σχεδιάστηκαν σε μορφή Google Forms (<https://forms.gle/yPBCfMrqu9B8MXCVA>) και μοιράστηκαν στο δείγμα ηλεκτρονικά, μέσω viber και messenger. Η έρευνα ήταν ανώνυμη και εθελοντική. Η διάρκεια της ήταν περίπου 1 μήνας. Το δείγμα αποτέλεσαν 84 άτομα εκ των οποίων 11 είναι εργαζόμενοι και 73 είναι πελάτες του πρατηρίου. Οι εργαζόμενοι έλαβαν το link του ερωτηματολογίου στην εφαρμογή του κινητού τους, εντός του ωραρίου εργασίας τους και οι πελάτες το έλαβαν κατά την επίσκεψη τους στο πρατήριο. Η επιλογή των πελατών έγινε τυχαία, καθώς σταματούσαν να εξυπηρετηθούν από το προσωπικό. Σε ότι αφορά τους εργαζομένους, συμμετείχαν όλοι στην έρευνα. Τα δεδομένα από τα ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν σε φύλλο excel και ακολούθησε η ανάλυση τους.

3.2.2.3 Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε στο SPSS. Συγκεκριμένα, αξιοποιήθηκαν εργαλεία περιγραφικής στατιστικής, καθώς έγινε χρήση ποσοστών, συχνοτήτων, μέσων όρων και τυπικών αποκλίσεων. Ακόμη, τα δεδομένα παρουσιάστηκαν μέσω πινάκων και διαγραμμάτων.

3.2.2.4 Περιορισμοί έρευνας

Ο βασικός περιορισμός της έρευνας ήταν το μικρό μέγεθος του δείγματος. Οι συμμετέχοντες ήταν 84 άτομα εκ των οποίων 11 είναι εργαζόμενοι και 73 είναι πελάτες του πρατηρίου. Αυτός ο αριθμός δεν επιτρέπει τη γενίκευση των αποτελεσμάτων στον

πληθυσμό της έρευνας. Επίσης, ένας άλλος περιορισμός ήταν ο χρόνος, καθώς η διεξαγωγή της έρευνας έπρεπε να γίνει εν ώρα εργασίας και δεν υπήρχε επάρκεια στον χρόνο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

4.1 Προφίλ Επιχείρησης

Η εξεταζόμενη επιχείρηση είναι ένα σύγχρονο εταιρικό πρατήριο καυσίμων προσφέροντας στους πελάτες καύσιμα υψηλής ποιότητας . Επίσης διαθέτει αίθουσα μίνι μάρκετ με μεγάλη γκάμα προϊόντων (καπνικά, σνακ, ζαχαρώδη, καφέ, είδη αυτοκινήτου, λιπαντικά κ.α). Ακολουθεί μια σταδιακή και σταθερή ανάπτυξη με στόχο την εξέλιξη τόσο της εταιρίας όσο και του προσωπικού της με βασικό μέλημα την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών της. Οι εγκαταστάσεις είναι σύγχρονες και μοντέρνες.

4.2 Αποτελέσματα τελευταίας χρήσης

Πίνακας 1 Συνοπτική κατάσταση αποτελεσμάτων για την τελευταία χρήση του πρατηρίου

		2022
Πωλήσεις		1.091.171
Μείον: Κόστος πωληθέντων		951.475
Μικτά αποτελέσματα εκμετάλλευσης		139.696
Πλέον: Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης		27.574
Μείον: Έξοδα προσωπικού		60.360
Μείον: Έξοδα Διοίκησης		57.861
Μείον: Έξοδα Προβολής		20.000
Μερικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης		29.050
Μείον: Τόκοι		0
Ολικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης		29.050
Μείον: Έκτακτα έξοδα		13.209
Καθαρά Κέρδη		15.841

Αναλυτικά στοιχεία οικονομικής κατάστασης:

- Οι πωλήσεις προέρχονται από τα καύσιμα κάθε είδους και κατηγορίας τα οποία πωλούνται από το πρατήριο. Κατ' αναλογία, το κόστος πωληθέντων προέρχεται από αυτά και περιλαμβάνει κάθε είδους επιβάρυνση (δυλιστηρίου, διανομή, φόρους, τέλη κλπ). Το μικτό περιθώριο κέρδους που προκύπτει είναι της τάξης του 12,8%.

- Τα λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης προέρχονται από το mini market-καφέ που υφίσταται εντός των εγκαταστάσεων.
- Τα έξοδα προσωπικού αφορούν τους 5 υπαλλήλους που απασχολούνται στο πρατήριο, τόσο στη διανομή καυσίμων (3) όσο και στο mini market (2).
- Το μεγαλύτερο τμήμα των εξόδων διοίκησης προέρχεται από το ενοίκιο των εγκαταστάσεων.
- Τα έξοδα προβολής αφορούν διαφημίσεις σε τοπικά μέσα ενημέρωσης καθώς και διαφημιστικά φυλλάδια.
- Οι τόκοι είναι μηδενικοί καθώς δεν υφίσταται τραπεζικός δανεισμός.

4.3 Εφαρμογή Ανάλυσης Κόστους Οφέλους

Η επιτυχής εφαρμογή ενός συστήματος αυτοεξυπηρέτησης σε ένα σύγχρονο πρατήριο καυσίμων, σε συνδυασμό με μια εγκατάσταση μίνι μάρκετ-καφέ, απαιτεί μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση για τον προσδιορισμό των πλεονεκτημάτων και της σκοπιμότητάς του. Σε αυτή την ενότητα, περιγράφεται η διαδικασία που χρησιμοποιήθηκε για τη διεξαγωγή μιας ανάλυσης κόστους-οφέλους, με στόχο την παροχή πληροφοριών σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις στη λειτουργική αποτελεσματικότητα, την ικανοποίηση των πελατών και τη συνολική κερδοφορία.

Ανάλυση κόστους

Κόστος Υλοποίησης

Θα αξιολογηθεί το κόστος που σχετίζεται με την εγκατάσταση και την υλοποίηση του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Αυτό περιλαμβάνει τις οικονομικές δαπάνες για τεχνολογική υποδομή, ανάπτυξη λογισμικού, εγκατάσταση υλικού και βασική εκπαίδευση του προσωπικού.

Λειτουργικό κόστος

Θα διεξαχθεί εξέταση του τρέχοντος λειτουργικού κόστους, που θα περιλαμβάνει συντήρηση, ενημερώσεις λογισμικού και πιθανές προσαρμογές στις ανάγκες προσωπικού που προκύπτουν από την εφαρμογή του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης.

Κόστος μάρκετινγκ και επικοινωνίας

Οι πόροι που διατίθενται για προσπάθειες μάρκετινγκ και επικοινωνίας, όπως η διαφήμιση, η σήμανση και το διαφημιστικό υλικό, θα ποσοτικοποιηθούν για να προσδιοριστεί η επένδυση στη δημιουργία ευαισθητοποίησης και στην ενθάρρυνση της υιοθέτησης των πελατών.

Ανάλυση οφέλους

Εξοικονόμηση χρόνου

Θα ποσοτικοποιηθεί ο χρόνος που εξοικονομείται τόσο για τους πελάτες όσο και για το προσωπικό ως βασικό όφελος του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Αυτή η αξιολόγηση θα λάβει υπόψη παράγοντες όπως τα κέρδη απόδοσης στην τροφοδοσία καυσίμων, την ταχεία ολοκλήρωση αγοράς στο μίνι μάρκετ και τη συνολική μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης.

Ικανοποίηση πελατών: Μια ουσιαστική πτυχή της ανάλυσης περιλαμβάνει την αξιολόγηση των βελτιώσεων στην ικανοποίηση των πελατών που προκύπτουν από την εφαρμογή του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Οι πληροφορίες θα προέρχονται από δεδομένα έρευνας και σχόλια, παρέχοντας μια ποσοτική κατανόηση του αντίκτυπου στην εμπειρία του πελάτη.

Εξοικονόμηση κόστους εργασίας

Θα υπολογιστεί η πιθανή μείωση του κόστους εργασίας λόγω εξορθολογισμένων λειτουργιών και δυνητικά μειωμένων αναγκών σε προσωπικό, συμβάλλοντας στη συνολική εξοικονόμηση κόστους και στα κέρδη αποδοτικότητας.

Αυξημένα έσοδα

Θα διερευνηθούν πιθανές αυξήσεις εσόδων που προκύπτουν από τη βελτιωμένη απόδοση και την αυξημένη ικανοποίηση των πελατών. Αυτό περιλαμβάνει μια αξιολόγηση των προτύπων δαπανών των πελατών στο μίνι μάρκετ-καφέ, λαμβάνοντας υπόψη τη βελτιωμένη συνολική εμπειρία που διευκολύνεται από το σύστημα αυτοεξυπηρέτησης.

Μερίδιο αγοράς και ανταγωνιστικότητα

Θα εξεταστεί ο αντίκτυπος στο μερίδιο αγοράς και την ανταγωνιστικότητα εντός της ευρύτερης περιοχής λειτουργίας. Θα αξιολογηθεί η δυνατότητα του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης ως μοναδικής πρότασης πώλησης, μετρώντας την ικανότητά του να προσελκύει νέους πελάτες και να διατηρεί υπάρχοντες.

Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Απόδοση επένδυσης (ROI)

Οι υπολογισμοί για την απόδοση επένδυσης θα πραγματοποιηθούν συγκρίνοντας τα καθαρά οφέλη με την αρχική επένδυση, εκφρασμένα ως ποσοστό για να εξακριβωθεί η κερδοφορία του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Για αυτόν τον σκοπό θα χρησιμοποιηθούν τα δύο δημοφιλή μεγέθη, η καθαρή παρούσα αξία και ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης.

Περίοδος αποπληρωμής

Θα καθοριστεί ο χρόνος που απαιτείται για να ισούνται τα σωρευτικά οφέλη με την αρχική επένδυση, υποδεικνύοντας την ταχύτητα ανάκαμψης.

Ανάλυση ευαισθησίας

Μεταβαλλόμενες βασικές υποθέσεις

Θα διεξαχθεί ανάλυση ευαισθησίας με ποικίλες βασικές παραδοχές, όπως ποσοστά μεταβολής πωλήσεων ή μεταβολή κόστους κεφαλαίου. Αυτό θα ενισχύσει την κατανόηση για το πώς οι αλλαγές σε αυτούς τους παράγοντες ενδέχεται να επηρεάσουν τα συνολικά αποτελέσματα κόστους-οφέλους.

Μέσω αυτής της ισχυρής μεθοδολογίας, θα γίνει μια προσπάθεια να δοθεί μια αξιολόγηση βάσει δεδομένων που θα ενημερώνει τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων σχετικά με τα πιθανά πλεονεκτήματα και την οικονομική σκοπιμότητα της μετάβασης σε ένα μοντέλο αυτοεξυπηρέτησης στο σύγχρονο πρατήριο, με μια ενσωματωμένη εγκατάσταση μίνι μάρκετ-καφέ.

Τα δεδομένα προέρχονται έχοντας ως βάση τις πραγματικές αποδόσεις του πρατηρίου κατά την πιο πρόσφατη περίοδο. Εν συνεχεία και ακολουθώντας τη μεθοδολογία που περιγράφηκε παραπάνω, θα γίνει μια σειρά υποθέσεων που θα οδηγήσει στη χρηματοοικονομική αξιολόγηση του έργου και την τελική απόφαση για την υλοποίηση.

Εμπειρική μελέτη και αξιολογηση

Ο κύριος άξονας της ανάλυσης θα βασίζεται στην ικανοποίηση των πελατών μιας και έτσι θα γίνεται ανακύκλωση αλλά και είσοδος νέων. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι το προϊόν χρησιμοποιείται από τη συντριπτική πλειονότητα του πληθυσμού και η ταχύτητα εξυπηρέτησης όπως και η γκάμα υπηρεσιών και τιμών παίζει σημαίνοντα ρόλο.

Δεδομένου ότι δεν θα συμβεί κάποιο απρόσμενο γεγονός στο εξωτερικό περιβάλλον και ότι η εγκατάσταση του νέου συστήματος θα ξεκινήσει από τις αρχές του νέου έτους, θα γίνει η υπόθεση για άνοδο των πωλήσεων κατά 10%. Πριν αναλυθεί αυτή η υπόθεση, παραθέτουμε τη συνοπτική κατάσταση αποτελεσμάτων για την τελευταία χρήση του πρατηρίου

Υποθέσεις-Σενάρια

Στη βάση των οικονομικών μεγεθών της επιχείρησης που αναλύθηκαν παραπάνω και μετά τη σχετική έρευνα, γίνονται οι εξής υποθέσεις για την εξέλιξή τους:

Πίνακας 2 Υποθέσεις για την εξέλιξη των μεγεθών

	Υπόθεση
Πωλήσεις	10%
Μείον: Κόστος πωληθέντων	10%
Πλέον: Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης	5%
Μείον: Έξοδα προσωπικού	-20%
Μείον: Έξοδα Διοίκησης	5%
Μείον: Έξοδα Προβολής	10%
Μείον: Έκτακτα έξοδα	2%

Το ποσοστό μεταβολής των πωλήσεων 10% θεωρείται ένας ρεαλιστικός στόχος μιας και με το νέο σύστημα και μετά την εκπαίδευση των πελατών, ο χρόνος εξυπηρέτησης θα μειωθεί και έτσι θα επιτρέψει περισσότερες πωλήσεις. Αναλυτικότερα, η εγκατάσταση ενός συστήματος αυτοεξυπηρέτησης στο πρατήριο προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, προς όφελος τόσο του ιδιοκτήτη της επιχείρησης όσο και των πελατών:

- Λειτουργική αποτελεσματικότητα: Ταχύτερη εξυπηρέτηση**

Τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης απλοποιούν τη διαδικασία τροφοδοσίας καυσίμων, επιτρέποντας στους πελάτες να ολοκληρώνουν τις συναλλαγές τους γρήγορα χωρίς να περιμένουν βοήθεια. Αυτό μειώνει τον συνολικό χρόνο εξυπηρέτησης και βελτιώνει τη λειτουργική απόδοση.
- Μειωμένες ανάγκες σε προσωπικό**

Με τις επιλογές αυτοεξυπηρέτησης, μπορεί να υπάρξει μείωση της ανάγκης υπαλλήλων στις αντλίες καυσίμων, οδηγώντας σε πιθανή εξοικονόμηση κόστους εργασίας και βελτιστοποιημένη ανάπτυξη προσωπικού για άλλες εργασίες.
- Εξοικονόμηση κόστους: Χαμηλότερο κόστος εργασίας:**
- Η εφαρμογή αυτοεξυπηρέτησης μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένο κόστος εργασίας που σχετίζεται με τις υπηρεσίες τροφοδοσίας. Ενώ μπορεί να εξακολουθούν να χρειάζονται υπάλληλοι για ορισμένες εργασίες, η συνολική απαίτηση προσωπικού μπορεί να μειωθεί.
- Λειτουργικό κόστος**

- Ο αυτοματισμός μπορεί να οδηγήσει σε εξοικονόμηση λειτουργικών δαπανών, καθώς εξαλείφει την ανάγκη για συνεχή ανθρώπινη επίβλεψη σε κάθε σταθμό ανεφοδιασμού καυσίμων.
- **Εξυπηρέτηση πελατών**
- Προσβασιμότητα 24/7: Τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης παρέχουν στους πελάτες την ευελιξία να τροφοδοτούν με καύσιμα τα οχήματά τους ανά πάσα στιγμή, ακόμη και κατά τις μη εργάσιμες ώρες, συμβάλλοντας στη βελτιωμένη άνεση και προσβασιμότητα.
- **Γρήγορες και βολικές συναλλαγές**
Οι πελάτες μπορούν να ξεκινήσουν και να ολοκληρώσουν τη διαδικασία τροφοδοσίας με το δικό τους πρόγραμμα, ελαχιστοποιώντας τους χρόνους αναμονής και επιτρέποντας μια πιο απρόσκοπτη και βολική εμπειρία.
- **Αυξημένος έλεγχος πελατών: Εξατομίκευση**
- Οι πελάτες έχουν μεγαλύτερο έλεγχο στη διαδικασία τροφοδοσίας καυσίμου, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να επιλέξουν την ακριβή ποσότητα καυσίμου που χρειάζονται και να παρακολουθούν πιο προσεκτικά τα έξοδα.
- **Ταχύτητα συναλλαγής:**
- Τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης δίνουν τη δυνατότητα στους πελάτες να ελέγχουν τον ρυθμό της συναλλαγής, βελτιώνοντας τη συνολική εμπειρία και αυξάνοντας ενδεχομένως την ικανοποίηση των πελατών.
- **Προώθηση πρόσθετων υπηρεσιών**
- Ευκαιρίες πολλαπλών πωλήσεων: Τα βενζινάδικα λιανικής με εγκαταστάσεις μίνι μάρκετ ή καφετέριες μπορούν να αξιοποιήσουν συστήματα αυτοεξυπηρέτησης για την προώθηση πρόσθετων υπηρεσιών ή προϊόντων, ενθαρρύνοντας τους πελάτες να κάνουν αγορές πέρα από καύσιμα.
- **Τεχνολογικές εξελίξεις:**
- Καινοτόμα χαρακτηριστικά: Τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης συχνά ενσωματώνουν προηγμένες τεχνολογίες, όπως οθόνες αφής, επιλογές ανέπαφων πληρωμών και ενσωμάτωση εφαρμογών για κινητά, παρέχοντας μια σύγχρονη και τεχνολογικά προηγμένη εμπειρία πελάτη.
- **Συλλογή δεδομένων:**
Η αυτοματοποιημένη φύση των συστημάτων αυτοεξυπηρέτησης επιτρέπει τη συλλογή πολύτιμων δεδομένων σχετικά με τις προτιμήσεις των πελατών, τα

πρότυπα τροφοδοσίας και την αγοραστική συμπεριφορά, επιτρέποντας στο βενζινάδικο να λαμβάνει αποφάσεις βάσει δεδομένων.

- **Περιβαλλοντικές εκτιμήσεις:**
- Μειωμένος χρόνος ρελαντί: Τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης συμβάλλουν στη μείωση του χρόνου στο ρελαντί, καθώς οι πελάτες μπορούν να ξεκινήσουν αμέσως την τροφοδοσία καυσίμου, οδηγώντας σε πιθανές βελτιώσεις στην απόδοση καυσίμου και χαμηλότερες εκπομπές ρύπων.
- **Συναλλαγές χωρίς χαρτί:**
- Με την ενσωμάτωση ψηφιακών μεθόδων πληρωμής, τα συστήματα αυτοεξυπηρέτησης μπορούν να συμβάλουν στη μείωση της χρήσης χαρτιού και σε μια πιο φιλική προς το περιβάλλον λειτουργία.
- **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Διαφοροποίηση αγοράς:**
- Η προσφορά επιλογών αυτοεξυπηρέτησης μπορεί να διαφοροποιήσει ένα πρατήριο βενζίνης από τους ανταγωνιστές, προσελκύοντας πελάτες με γνώσεις τεχνολογίας και όσους εκτιμούν την ευκολία των γρήγορων και αυτόνομων συναλλαγών.
- **Προσαρμογή στις τάσεις του κλάδου:**
- Καθώς ο κλάδος λιανικής και υπηρεσιών εξελίσσεται, η υιοθέτηση της τεχνολογίας αυτοεξυπηρέτησης τοποθετεί ένα πρατήριο καυσίμων ως προνοητικό και ευθυγραμμισμένο με τις σύγχρονες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Αναλυση Ταμειακών Ροών 1^{ου} έτους Λειτουργίας

Υλοποιώντας το ανωτέρω επενδυτικό πρόγραμμα, αναμένουμε σε συνδυασμό με την προβλεπόμενη αύξηση των πωλήσεων κατά 10% να γίνονται συνεχείς ενέργειες ελέγχου του λειτουργικού κόστους. Το κόστος πωληθέντων θα αυξηθεί και αυτό κατά 10%, με σκοπό τη διατήρηση σταθερού περιθωρίου μικτού κέρδους. Οι δαπάνες προβολής και διαφήμισης θα είναι όμως αυξημένες μιας και θα πρέπει να υπάρχει επιπλέον ενημέρωση για τις νέες εγκαταστάσεις και δυνατότητες.

Παράλληλα, το μεγαλύτερο όφελος από την πλευρά του κόστους θα προέλθει από τα έξοδα προσωπικού, όπου αναμένεται πως θα επέλθει μείωση των αναγκών υπαλλήλων κατά 1 με αποτέλεσμα τη μείωση του σχετικού κόστους κατά 20%.

Σε αυτό το πλαίσιο, παρακάτω εμφανίζεται η προϋπολογιστική κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για το πρώτο έτος λειτουργίας. Σημειώνεται πως η νομική

μορφή του πρατηρίου δεν απαιτεί τη δημοσίευση ισολογισμού και κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσεως, εντούτοις για σκοπούς πληρότητας της ανάλυσης κατασκευάστηκε βάσει των ισχυόντων προτύπων:

Πίνακας 3 Η προϋπολογιστική κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για το πρώτο έτος λειτουργίας

	2022	Προβλεπτική 2023
Πωλήσεις	1.091.171	1.200.288
Μείον: Κόστος πωληθέντων	951.475	1.046.623
Μικτά αποτελέσματα εκμετάλλευσης	139.696	153.666
Πλέον: Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης	27.574	28.953
Μείον: Έξοδα προσωπικού	60.360	48.288
Μείον: Έξοδα Διοίκησης	57.861	60.754
Μείον: Έξοδα Προβολής	20.000	22.000
Μερικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης	29.050	51.577
Μείον: Τόκοι	0	0
Ολικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης	29.050	51.577
Μείον: Έκτακτα έξοδα	13.209	13.473
Καθαρά Κέρδη	15.841	38.104

Παρατηρούμε λοιπόν πως η υλοποίηση του πλάνου οδηγεί σε σημαντική άνοδο των καθαρών κερδών, με κύριο οδηγό τη μείωση των εξόδων προσωπικού λόγω του αντίστοιχου εξ ορθολογισμού.

Χρηματοοικονομική αξιολόγηση επιχειρηματικού σχεδίου

Η χρηματοοικονομική ανάλυση του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου θα ολοκληρωθεί με την τελική πρόταση για το αν υπό τις παρούσες συνθήκες και υποθέσεις η επένδυση στην υιοθέτηση της επιχειρηματικής ιδέας είναι συμφέρουσα ή όχι. Αυτό θα γίνει με τον υπολογισμό τριών δεικτών αξιολόγησης, αξιοποιώντας φυσικά όλα τα δεδομένα και τις υποθέσεις των προηγούμενων ενοτήτων.

Στο πλαίσιο αυτό θα υπολογιστούν οι παρακάτω δείκτες:

- ✓ Περίοδος επανείσπραξης: Η περίοδος επανείσπραξης ενός επενδυτικού προγράμματος μας δείχνει ουσιαστικά το χρονικό διάστημα που απαιτείται για την είσπραξη του ποσού της αρχικής επένδυσης. Πρόκειται με άλλα λόγια για

μια απλή μέθοδο προσδιορισμού των ετών που απαιτούνται προκειμένου να ανακτηθεί το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης από τις προβλεπόμενες ταμειακές ροές που αυτή θα επιφέρει.

- ✓ Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV): Η Καθαρή Παρούσα Αξία (Net Present Value - NPV) ισούται με το άθροισμα της παρούσας αξίας των μελλοντικών ταμειακών εισροών μετά από φόρους ενός επενδυτικού σχεδίου, μείον το κόστος του εκφρασμένο και αυτό σε παρούσα αξία. Το προεξοφλητικό επιτόκιο που χρησιμοποιείται μπορεί να είναι το Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου (ΜΣΚΚ), το επιτόκιο που χρησιμοποιείται σε παρόμοιες επενδύσεις ή όποιο γενικά επιτόκιο κρίνεται σκόπιμο (απαιτούμενη απόδοση). Στο παρόν επιχειρηματικό πλάνο υπολογιστεί και θα χρησιμοποιηθεί το ΜΣΚΚ. Το επιθυμητό για την αποδοχή ενός επενδυτικού σχεδίου είναι να έχει θετική NPV.
- ✓ Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (IRR): Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (Internal Rate of Return – IRR) μιας επένδυσης είναι το επιτόκιο με το οποίο αν προεξοφληθούν οι μετά από φόρους ταμειακές εισροές ισούνται με την παρούσα αξία των εκροών. Στην ουσία, είναι το επιτόκιο που κάνει την NPV του επενδυτικού σχεδίου ίση με το μηδέν. Ως κριτήριο αποδοχής επένδυσης, ορίζεται το IRR της να υπερβαίνει το ΜΣΚΚ της επιχείρησης.

Βασικό συστατικό για τον υπολογισμό των παραπάνω μεγεθών είναι ο καθορισμός των ετήσιων ταμειακών ροών, οι οποίες παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 4 Οι ετήσιες ταμειακές ροές

	2023	2024	2025	2026	2027
Καθαρά Κέρδη	38.104	41.914	46.105	50.716	55.788
Ταμειακές Ροές	38.104	41.914	46.105	50.716	55.788

Αρχικό κόστος

Το αρχικό κόστος για την εγκατάσταση ενός συστήματος αυτοεξυπηρέτησης σε ένα πρατήριο καυσίμων μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με διάφορους παράγοντες, όπως το εύρος του συστήματος, τα τεχνολογικά χαρακτηριστικά και τις ειδικές απαιτήσεις του πρατηρίου. Ακολουθούν τα βασικά στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την εκτίμηση του αρχικού κόστους:

- Τεχνολογική υποδομή: Το κόστος αναβάθμισης ή εγκατάστασης νέων διανομέων καυσίμου με δυνατότητες αυτοεξυπηρέτησης είναι ένας σημαντικός παράγοντας. Αυτό περιλαμβάνει τις αντλίες, τα ακροφύσια και τις σχετικές τεχνολογίες.
- Συστήματα πληρωμών: Εφαρμογή ασφαλών και αποτελεσματικών συστημάτων πληρωμών, συμπεριλαμβανομένων συσκευών ανάγνωσης καρτών, επιλογών ανέπαφων πληρωμών και ενσωματώσεων πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου.
- Σύστημα διαχείρισης καυσίμου: Ενσωμάτωση με σύστημα διαχείρισης καυσίμου που επιτρέπει την παρακολούθηση και τον έλεγχο της διανομής καυσίμου, την καταγραφή των συναλλαγών και τη διαχείριση δεδομένων.
- Τερματικά αυτοεξυπηρέτησης: Υλικό: Το κόστος τερματικών αυτοεξυπηρέτησης, το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει θρόνες αφής, συσκευές επεξεργασίας πληρωμών, εκτυπωτές αποδείξεων και οποιοδήποτε πρόσθετο υλικό απαιτείται για την αλληλεπίδραση με τον πελάτη.
- Ανάπτυξη Λογισμικού: Εξατομικευμένα τέλη ανάπτυξης λογισμικού ή αδειοδότησης για εφαρμογές αυτοεξυπηρέτησης προσαρμοσμένα στις ανάγκες του βενζινάδικου, συμπεριλαμβανομένων διεπαφών χρήστη, επεξεργασίας συναλλαγών και ενσωμάτωσης με άλλα συστήματα.
- Προετοιμασία τοποθεσίας: Ηλεκτρική και δικτυακή υποδομή: Αναβάθμιση ή εγκατάσταση ηλεκτρικής και δικτυακής υποδομής για την υποστήριξη του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Αυτό περιλαμβάνει καλωδιώσεις και συνδέσεις που απαιτούνται για την επικοινωνία μεταξύ διανομέων, περιπτέρων και κεντρικών συστημάτων.
- Κατασκευή τοποθεσίας: Οποιοσδήποτε τροποποιήσεις ή κατασκευές που απαιτούνται για τη φυσική εγκατάσταση περιπτέρων, συμπεριλαμβανομένων θεμελίων, περιβλημάτων ή άλλων κατασκευών.
- Εκπαίδευση και Υλοποίηση: Εκπαίδευση εργαζομένων: Κόστος που σχετίζεται με την εκπαίδευση των εργαζομένων για τη λειτουργία, τη συντήρηση και την αντιμετώπιση προβλημάτων του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκπαιδευτικά προγράμματα που παρέχονται από τον προμηθευτή του συστήματος.

- Υποστήριξη Υλοποίησης: Χρεώσεις για τεχνική υποστήριξη και βοήθεια κατά την αρχική φάση υλοποίησης, διασφαλίζοντας την ομαλή μετάβαση στο σύστημα αυτοεξυπηρέτησης.
- Άδειες και Κανονιστική Συμμόρφωση: Τέλη Άδειας: Έξοδα που σχετίζονται με την απόκτηση απαραίτητων αδειών για την εγκατάσταση νέας τεχνολογίας και συμμόρφωση με τους τοπικούς κανονισμούς και πρότυπα ασφαλείας.
- Δοκιμή συμμόρφωσης: Κόστος που σχετίζεται με δοκιμές συμμόρφωσης και πιστοποίηση για να διασφαλιστεί ότι το σύστημα αυτοεξυπηρέτησης πληροί τα βιομηχανικά και ρυθμιστικά πρότυπα.
- Έκτακτα και διάφορα έξοδα: Κεφάλαιο έκτακτης ανάγκης: Ποσοστό του προϋπολογισμού που διατίθεται για απρόβλεπτες περιστάσεις ή πρόσθετες δαπάνες που μπορεί να προκύψουν κατά τη διαδικασία εγκατάστασης.
- Διάφορα Έξοδα: Πρόσθετες δαπάνες όπως σήμανση, υλικό μάρκετινγκ και προσπάθειες επικοινωνίας για την ενημέρωση των πελατών σχετικά με το νέο σύστημα αυτοεξυπηρέτησης.
- Τα έξοδα που σχετίζονται με την επιλογή και τη δέσμευση ενός προμηθευτή ή παρόχου τεχνολογίας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει χρεώσεις συμβουλευτικής, κόστη προσαρμογής συστήματος και χρεώσεις συνεχούς υποστήριξης.
- Περιβαλλοντικές εκτιμήσεις: Μέτρα Ασφάλειας: Εφαρμογή μέτρων ασφαλείας, συμπεριλαμβανομένων περιβαλλοντικών διασφαλίσεων και συστημάτων περιορισμού διαρροής, για συμμόρφωση με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς.

Με βάση τις παραπάνω παραμέτρους και τη σχετική έρευνα αγοράς, θέτουμε το αρχικό κόστος εγκατάστασης στις 150.000€, ποσό που περιλαμβάνει όλες τις διαστάσεις αυτές. Επιπλέον, υποθέτουμε ότι το ΜΣΚΚ που θα χρησιμοποιηθεί και ως επιτόκιο προεξόφλησης βρίσκεται στο συντηρητικό ποσό του 10%.

Για τον υπολογισμό της περιόδου επανείσπραξης βασιζόμαστε στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 5 Οι ετήσιες ταμειακές ροές και οι σωρευτικές ροές

	Ταμειακές Ροές		Σωρευτικές Ροές
2022	-	150.000	- 150.000
2023		38.104	- 111.896

2024	41.914	- 69.982
2025	46.105	- 23.877
2026	50.716	26.839
2027	55.788	82.627

Με βάση τον πίνακα, η περίοδος επανείσπραξης ισούται με 3,47 έτη.

Με τον παραπάνω πίνακα υπολογίζεται η NPV και το IRR. Τα αποτελέσματα εμφανίζονται συνοπτικά παρακάτω:

Πίνακας 6 Καθαρή Παρούσα Αξία και Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης

NPV	23.199
IRR	15,49%
Payback	3,47

Από τις τιμές που λαμβάνει η Καθαρή Παρούσα Αξία και ο Εσωτερικός Συντελεστής φαίνεται πως η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας είναι συμφέρουσα.

Ανάλυση ευαισθησίας

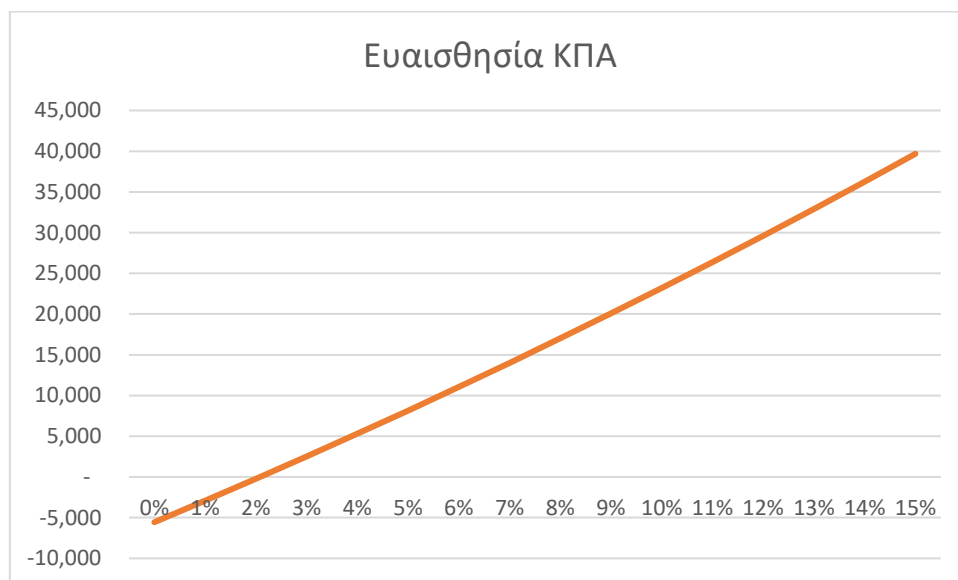
Το πλάνο που παρουσιάστηκε βασίζεται σε μια σειρά στόχων και υποθέσεων. Ο κύριος πυλώνας για αυτές είναι το μακροοικονομικό σενάριο που θέλει την ελληνική οικονομία να συνεχίζει τη συνεχή πορεία ανάπτυξής της. Εκεί στηρίχτηκε και ο στόχος της ανόδου των πωλήσεων κατά 10% το έτος, που συνιστά και την υπόθεση κλειδί σε όλο το πλάνο. Η επιτυχία ή όχι αυτού του στόχου θα κρίνει και την επιτυχία του πλάνου στο σύνολό του.

Για αυτό το λόγο, αναπόσπαστο κομμάτι του πλάνου οφείλει να είναι η ανάλυση ευαισθησίας των μεγεθών αξιολόγησης ως προς την εξέλιξη των πωλήσεων. Έτσι, η ιδιοκτησία θα είναι σε θέση να γνωρίζει τον ελάχιστο επιτρεπτό στόχο που θα πρέπει να επιτύχει για τις πωλήσεις της ώστε να μην θέσει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα του σχεδίου. Στο πλαίσιο αυτό, αξιολογήθηκε η ευαισθησία της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης στα σενάρια που ο ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων παρεκκλίνει του στόχου του 10%. Τα αποτελέσματα δίνονται παρακάτω, ξεκινώντας από την Καθαρή Παρούσα Αξία.

Πίνακας 7 Ευαισθησία Καθαρής Παρούσας Αξίας

% Ετήσιας Μεταβολής Πωλήσεων	NPV
0%	- 5.557
1%	- 2.917
2%	- 227
3%	2.514
4%	5.307
5%	8.153
6%	11.052
7%	14.006
8%	17.014
9%	20.078
10%	23.199
11%	26.376
12%	29.612
13%	32.907
14%	36.261
15%	39.676

Η σχηματική απεικόνιση της ευαισθησίας της ΚΠΑ είναι η παρακάτω:



Διάγραμμα 1 Ευαισθησία Καθαρής Παρούσας Αξίας: σχηματική απεικόνιση

Ανάλυση Ευαισθησίας

Παράλληλα, η ανάλυση ευαισθησίας του IRR είναι η εξής:

Πίνακας 8 Ευαισθησία Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

% Ετήσιας Μεταβολής Πωλήσεων	IRR
0%	8,54%
1%	9,24%
2%	9,94%
3%	10,64%
4%	11,34%
5%	12,03%
6%	12,73%
7%	13,42%
8%	14,11%
9%	14,80%
10%	15,49%
11%	16,18%
12%	16,87%
13%	17,55%
14%	18,23%
15%	18,92%

Τέλος, εκτός από τις πωλήσεις, βασικός παράγοντας είναι και το προεξοφλητικό επιτόκιο που στο παρόν επιχειρηματικό πλάνο είναι το ΜΣΚΚ. Η ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως προς τις μεταβολές του ΜΣΚΚ παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 9 Η ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως προς τις μεταβολές του ΜΣΚΚ

ΜΣΚΚ	NPV
0%	82.627
1%	75.381
2%	68.472
3%	61.878
4%	55.583
5%	49.569
6%	43.821

7%	38.323
8%	33.062
9%	28.024
10%	23.199
11%	18.573
12%	14.138
13%	9.883
14%	5.798
15%	1.875

Η ευαισθησία σε μεταβολές του επιτοκίου είναι σαφώς μικρότερη και η βιωσιμότητα δεν απειλείται από αυτό. Βέβαια, στον παραπάνω πίνακα δεν έχει ληφθεί υπ' όψιν η επίδραση της ανόδου του επιτοκίου στις καθарές ταμειακές ροές λόγω των παραπάνω τόκων που θα πρέπει να πληρωθούν αλλά και πάλι εκτιμάται ότι το περιθώριο ασφαλείας είναι επαρκές.

Διαμορφωση πρότασης επιχειρηματικού εγχειρήματος με βάση την χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου

Η ποσοτική ανάλυση του έργου εγκατάστασης συστήματος αυτοεξυπηρέτησης στο πρατήριο καυσίμων έχει παράσχει βασικές οικονομικές μετρήσεις, συμπεριλαμβανομένης της Καθαρής Παρούσας Αξίας (NPV) 23.199 €, ενός εσωτερικού ποσοστού απόδοσης (IRR) 15,49% (με το σταθμισμένο μέσο όρο Κόστος κεφαλαίου, WACC, στο 10%) και Περίοδος Αποπληρωμής 3,47 ετών. Αυτές οι μετρήσεις είναι καθοριστικές για τον προσδιορισμό της οικονομικής βιωσιμότητας και κερδοφορίας του έργου.

Η θετική NPV 23.199 € υποδηλώνει ότι το έργο αναμένεται να δημιουργήσει θετικές ταμειακές ροές κατά τη διάρκεια της ζωής του και η παρούσα αξία αυτών των ταμειακών ροών υπερβαίνει την αρχική επένδυση. Αυτό υποδηλώνει ότι το έργο είναι οικονομικά ευνοϊκό. Το IRR του 15,49% ξεπερνά το WACC του 10%. Αυτό σημαίνει ότι το έργο αναμένεται να αποφέρει αποδόσεις υψηλότερες από το κόστος κεφαλαίου, ενισχύοντας την ελκυστικότητα της επένδυσης. Η Περίοδος Αποπληρωμής 3,47 ετών υποδεικνύει το χρόνο που χρειάζεται για να ανακτηθεί η αρχική επένδυση. Αν και αυτή η μέτρηση είναι μεγαλύτερη από ορισμένα σημεία αναφοράς του κλάδου, εμπίπτει σε ένα αποδεκτό εύρος, λαμβάνοντας υπόψη τη μακροπρόθεσμη φύση των επενδύσεων σε υποδομές.

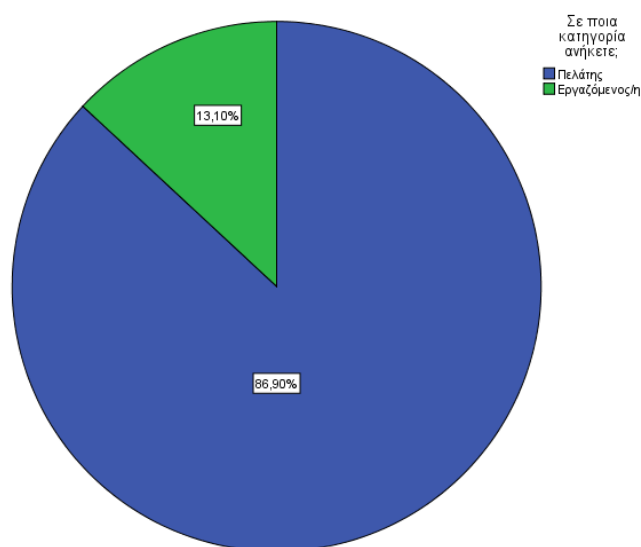
Με βάση την ποσοτική ανάλυση, τις οικονομικές μετρήσεις και τις αναλύσεις ευαισθησίας, το έργο εγκατάστασης συστήματος αυτοεξυπηρέτησης στο πρατήριο

λιανικής παρουσιάζει θετικές οικονομικές προοπτικές. Τα αποτελέσματα NPV και IRR υποδηλώνουν ότι το έργο αναμένεται να δημιουργήσει ευνοϊκές αποδόσεις και η περίοδος απόσβεσης είναι λογική. Συμπερασματικά, η οικονομική ανάλυση υποστηρίζει την εφαρμογή του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης στο πρατήριο καυσίμων. Ωστόσο, η επιτυχής υλοποίηση απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό, αποτελεσματικό μάρκετινγκ και συνεχή παρακολούθηση για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη επιτυχία του έργου.

4.4 Εφαρμογή Έρευνας Ικανοποίησης Πελατών και Εργαζομένων

4.4.1 Δημογραφικά στοιχεία

Το πλήθος του δείγματος της έρευνας ήταν 84 εκ των οποίων το 13,10% ήταν εργαζόμενοι και το 86,9% ήταν πελάτες.



Διάγραμμα 2. Ποσοστά πελατών και εργαζομένων

Το 58,9% των πελατών και το 54,5% των εργαζομένων ήταν άνδρες και αντίστοιχα το 41,1% των πελατών και το 45,5% των εργαζομένων ήταν γυναίκες. Ως προς την ηλικία, στο ηλικιακό εύρος κάτω των 25 ετών δήλωσαν πως ανήκουν το 5,5% των πελατών και το 9,1% των εργαζομένων. Το ηλικιακό εύρος 26-35 συγκέντρωσε τα μεγαλύτερα ποσοστά τόσο των πελατών όσο και των εργαζομένων, με αντίστοιχα ποσοστά 45,2% και 63,6%. Το 31,5% των πελατών και το 9,1% των εργαζομένων δήλωσαν πως ανήκουν στο ηλικιακό εύρος 36 – 45 και άνω των 46 ετών δήλωσαν πως είναι το 17,8% και το 18,2% των πελατών και των εργαζομένων, αντίστοιχα. Κάτοχοι βασικού επιπέδου εκπαίδευσης δήλωσαν το 15,10% των πελατών και το 9,10% των εργαζομένων. Κάτοχοι πτυχίου ανώτερης σχολής δήλωσαν πελάτες και εργαζόμενοι με αντίστοιχα ποσοστά 60,3% και 72,7%. Τέλος, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου σπουδών δήλωσαν το 24,7% των πελατών και το 18,2% των εργαζομένων. Ως προς την οικογενειακή κατάσταση των πελατών το 42,5% δήλωσαν άγαμοι, το 52,1% δήλωσαν έγγαμοι, το 4,10% δήλωσαν διαζευγμένοι και το 1,40% δήλωσαν χήροι. Για τους εργαζομένους, τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται ως 81,80% άγαμοι και 9,10% έγγαμοι ή διαζευγμένοι.

Πίνακας 10. Δημογραφικά στοιχεία

		Πελάτης	Εργαζόμενος/ η
Φύλο	Άνδρας	n 43	6
		% 58,9%	54,5%
	Γυναίκα	n 30	5
		% 41,1%	45,5%
Ηλικία	Κάτω των 25 ετών	n 4	1
		% 5,5%	9,1%
	26 - 35 ετών	n 33	7
		% 45,2%	63,6%
	36 - 45 ετών	n 23	1
		% 31,5%	9,1%
	Άνω των 46 ετών	n 13	2
		% 17,8%	18,2%
Εκπαιδευτικό επίπεδο	Βασικό επίπεδο (απόφοιτος δημοτικού/γυμνασίου/λυκείου)	n 11	1
		% 15,10%	9,10%
	Κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ	n 44	8
		% 60,30%	72,70%
Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου σπουδών	n 18	2	
	% 24,70%	18,20%	
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος/η	n 31	9
		% 42,50%	81,80%
	Έγγαμος/η	n 38	1
		% 52,10%	9,10%
	Διαζευγμένος/η	n 3	1
		% 4,10%	9,10%
	Χήρος/α	n 1	0
		% 1,40%	0,00%

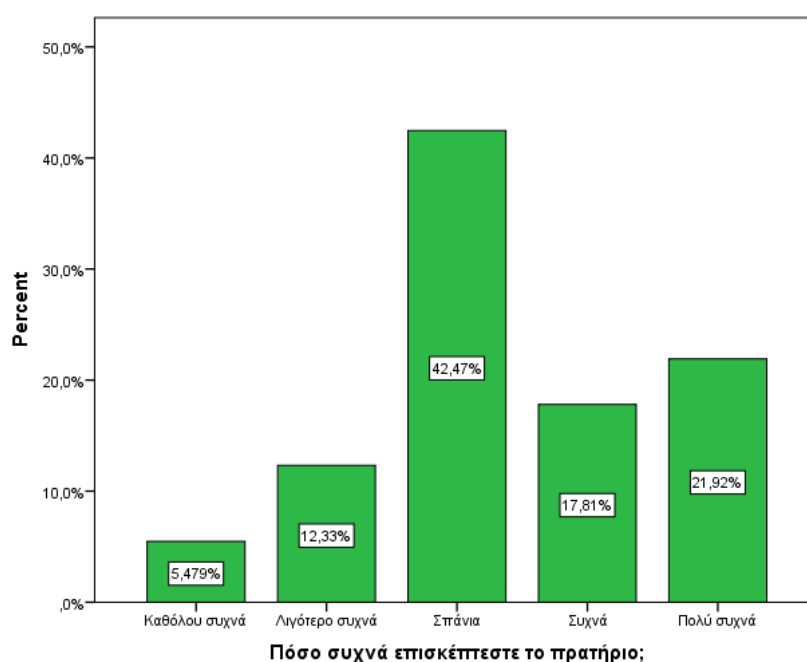
Η πλειοψηφία (81,8%) των υπαλλήλων της έρευνας δήλωσε πως εργάζεται στο πρατήριο λιγότερα από 5 χρόνια. Από 6 έως 10 χρόνια και περισσότερα από 16 χρόνια δήλωσαν πως εργάζονται από ένας υπάλληλοι.

Πίνακας 11. Χρόνια απασχόλησης στο πρατήριο

	n	%
Χρόνια απασχόλησης στο πρατήριο Λιγότερα από 5	9	81,8%
6 - 10 έτη	1	9,1%
Περισσότερα από 16 έτη	1	9,1%

Ως προς τη θέση εργασίας των υπαλλήλων, οι περισσότεροι δήλωσαν διαχειριστές του πρατηρίου και λιγότεροι δήλωσαν υπεύθυνοι τμήματος ή υπάλληλοι.

Το μεγαλύτερο ποσοστό (42,47%) των πελατών, δήλωσε πως επισκέπτεται το πρατήριο σπάνια. Το 21,92% δήλωσε πως επισκέπτεται το πρατήριο πολύ συχνά, το 17,81% ότι το επισκέπτεται συχνά, το 12,33% λιγότερο συχνά και το 5,48% καθόλου συχνά.



Διάγραμμα 3. Συχνότητα επίσκεψης σε πρατήριο

Το 15,10% των πελατών δήλωσε πως προτιμά την εξυπηρέτηση από μηχάνημα ενώ το 84,9% δήλωσε ότι προτιμά την εξυπηρέτηση από υπάλληλο. Αντίστοιχα, το 36,4% των

εργαζομένων δήλωσε πως προτιμά την εξυπηρέτηση από μηχάνημα και το 63,6% από υπάλληλο.

Πίνακας 12. Προτίμηση σε self service ή εξυπηρέτηση από υπάλληλο

		Σε ποια κατηγορία ανήκετε;		
			Πελάτης	Εργαζόμενος/η
Θα προτιμούσατε την εξυπηρέτηση με μηχάνημα ή από υπαλλήλους;	Self service	n	11	4
	Απο υπαλλήλους	%	15,10%	36,40%
		n	62	7
		%	84,90%	63,60%

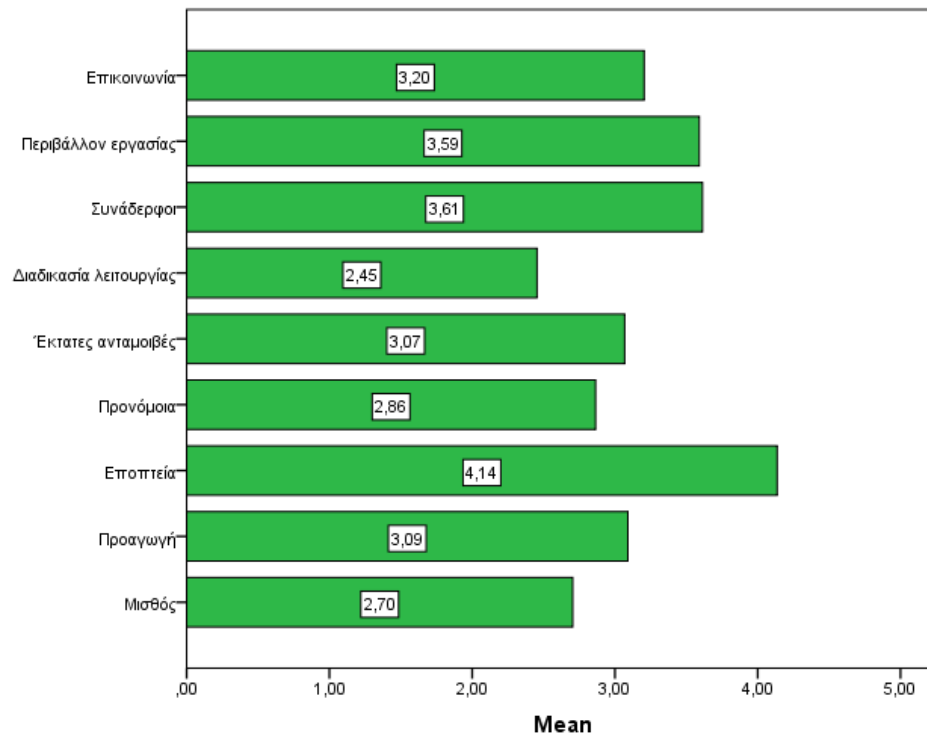
4.4.2 Ικανοποίηση εργαζομένων

Ο βαθμός ικανοποίησης των εργαζομένων από το μισθό τους προέκυψε χαμηλός με μέση τιμή 2,70 ($\pm 0,92$). Η ικανοποίηση από τη δυνατότητα προαγωγής προέκυψε μέτρια με μέση τιμή 3,09 ($\pm 0,34$). Η ικανοποίηση από την εποπτεία προέκυψε υψηλή με μέση τιμή 4,14 ($\pm 0,76$). Η ικανοποίηση από τα προνόμια προέκυψε μέτρια με χαμηλή προς μέτρια με μέση τιμή 2,86 ($\pm 0,39$). Η ικανοποίηση από τις έκτακτες ανταμοιβές προέκυψε μέτρια με μέση τιμή 3,07 ($\pm 0,74$). Η ικανοποίηση από την διαδικασία λειτουργίας προέκυψε χαμηλή με μέση τιμή 2,45 ($\pm 0,44$). Η ικανοποίηση από τις συναδερφικές σχέσεις προέκυψε μέτρια προς υψηλή με μέση τιμή 3,61 ($\pm 0,85$). Η ικανοποίηση από το περιβάλλον προέκυψε μέτρια προς υψηλή με μέση τιμή 3,59 ($\pm 0,65$) και από την επικοινωνία ομοίως με μέση τιμή 3,20 ($\pm 0,55$).

Πίνακας 13. Αποτελέσματα κλίμακας αξιολόγησης ικανοποίησης εργαζομένων (JSS)

	M.T.	T.A
Μισθός	2,70	0,92
Προαγωγή	3,09	0,34
Εποπτεία	4,14	0,76
Προνόμια	2,86	0,39
Έκτακτες ανταμοιβές	3,07	0,74
Διαδικασία λειτουργίας	2,45	0,44
Συναδερφοί	3,61	0,85

Περιβάλλον εργασίας	3,59	0,65
Επικοινωνία	3,20	0,55



Διάγραμμα 4. Αποτελέσματα κλίμακας αξιολόγησης ικανοποίησης εργαζομένων (JSS)

Οι εργαζόμενοι δήλωσαν πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο δεν θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών με μέση τιμή 2,09 ($\pm 1,64$).

Πίνακας 14. Αξιολόγηση ταχύτητας εξυπηρέτησης από self service (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών;	2,09	1,64

Οι εργαζόμενοι διαφώνησαν σημαντικά με τον ισχυρισμό ότι μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατηρίου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα με μέση τιμή 1,54 ($\pm 1,03$).

Πίνακας 15. Αντικατάσταση ανθρώπων από μηχανήματα (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
Θεωρείτε πως μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατήριου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα;	1,54	1,03

Διστακτικοί φάνηκε να είναι οι εργαζόμενοι σχετικά με το βαθμό που κρίνουν πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο με μέση τιμή 1,85 ($\pm 0,36$).

Πίνακας 16. Βελτίωση υπηρεσιών από self service (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
Πιστεύετε πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο;	2,09	1,30

Σχετική συμφωνία υπέδειξαν οι εργαζόμενοι ως προς την πρόταση που αφορά την υποβάθμιση του ρόλου του ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service, με μέση τιμή 3,63 ($\pm 1,30$).

Πίνακας 17. Υποβάθμιση ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
Κρίνετε πως η εγκατάσταση συστημάτων self service υποβαθμίζουν τον ρόλο του ανθρώπου;	3,63	1,30

Οι εργαζόμενοι διαφώνησαν αναφορικά την πρόταση που αναφέρει ότι οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο με μέση τιμή 1,91 ($\pm 0,94$).

Πίνακας 18. Πλεονέκτημα υπηρεσιών self service έναντι εξυπηρέτησης από εργαζόμενο (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
--	------	------

Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο;	1,91	0,94
----------------------------------------------------------------------------------------------	------	------

Ως προς την πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service στο πρατήριο οι εργαζόμενοι φάνηκαν ελαφρώς αρνητικοί με μέση τιμή 2,36 ($\pm 1,50$)

Πίνακας 19. Πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service (απόψεις εργαζομένων)

	M.T.	T.A.
Πόσο πιθανό είναι να χρησιμοποιήσετε υπηρεσίες self service στο πρατήριο;	2,36	1,50

4.4.3 Ικανοποίηση πελατών από τις υπηρεσίες και πρατήριου και αξιολόγηση της ιδέας του self service

Το συνολικό επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του πρατηρίου αξιολογήθηκε από τους πελάτες με μέση τιμή 7,97 ($\pm 1,75$). Ο βαθμός ικανοποίησης από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πρατηρίου προέκυψε 8,01 ($\pm 1,86$).

Πίνακας 20. Αξιολόγηση ποιότητας υπηρεσιών και βαθμός ικανοποίησης από παρεχόμενες υπηρεσίες

	M.T.	T.A.
Εκτιμήστε το συνολικό επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του πρατηρίου	7,97	1,75
Εκτιμήστε το συνολικό βαθμό ικανοποίησής σας από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πρατηρίου	8,01	1,86

Ως προς την απτή διάσταση των προσδοκιών των εργαζομένων οι πελάτες αξιολόγησαν τις προτάσεις ως προς το βαθμό συμφωνίας τους. Συγκεκριμένα, ως προς την πρόταση «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών» οι πελάτες συμφώνησαν με μέση τιμή 4,34 ($\pm 1,00$). Ως προς την πρόταση «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχει τις πρέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (κτιριακές υποδομές, διαμόρφωση κλπ.)» οι πελάτες συμφώνησαν με μέση τιμή 4,47 ($\pm 0,88$). Ως προς την πρόταση «Η πρόσβαση στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να είναι εύκολη» οι πελάτες

συμφώνησαν με μέση τιμή 4,47 ($\pm 0,88$) και ως προς την τελευταία πρόταση «Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση» συμφώνησαν επίσης με μέση τιμή 4,04 ($\pm 0,99$).

Ως προς την διάσταση της αξιοπιστίας του πρατηρίου οι πελάτες συμφώνησαν με τις τέσσερις από τις πέντε προτάσεις αλλά έδειξαν ουδέτερη στάση ως προς μια πρόταση. Συμφωνία σημειώθηκε ως προς τις προτάσεις «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη» με μέση τιμή 4,19 ($\pm 0,95$), «Το πρατήριο πρέπει να τηρεί τις υποσχέσεις που δίνει προς τον πελάτη» με μέση τιμή 4,41 ($\pm 0,96$), «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή» με μέση τιμή 4,30 ($\pm 1,20$), «Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα» με μέση τιμή 4,08 ($\pm 1,05$). Ούτε συμφώνησαν ούτε διαφώνησαν με τον ισχυρισμό «Το πρατήριο σε ώρες αιχμής πρέπει να εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη» με μέση τιμή 3,47 ($\pm 1,19$).

Η τρίτη διάσταση ήταν η ανταπόκριση στην οποία οι προτάσεις «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες» με μέση τιμή 4,37 ($\pm 0,96$), «Ο εργαζόμενος πρέπει να εξυπηρετείται άμεσα» με μέση τιμή 4,03 ($\pm 0,96$) και «Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη» με μέση τιμή 4,14 ($\pm 0,96$) αξιολογήθηκαν θετικά. Η πρόταση «Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών.» 3,74 ($\pm 1,04$) αξιολογήθηκε σχετικά θετικό πρόσημο.

Η τέταρτη διάσταση ήταν η ασφάλεια στην οποία οι προτάσεις «Πρέπει να υπάρχει ασφάλεια των συναλλαγών με το πρατήριο καυσίμων» με μέση τιμή 4,42 ($\pm 0,97$), «Οι εργαζόμενοι πρέπει να έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους» με μέση τιμή 4,37 ($\pm 0,91$), «Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει προσωπικό που να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο-ικανό και έμπειρο» με μέση τιμή 4,32 ($\pm 0,97$) και «Η συμπεριφορά των εργαζομένων στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη» με μέση τιμή 4,33 ($\pm 0,91$) αξιολογήθηκαν θετικά.

Η πέμπτη διάσταση ήταν η ενσυναίσθηση στην οποία οι προτάσεις «Οι εργαζόμενοι πρέπει να καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη» με μέση τιμή 3,89 ($\pm 1,03$), «Οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη» με μέση τιμή 3,81 ($\pm 1,01$), «Το ωράριο του πρατηρίου καυσίμων πρέπει να

είναι βολικό για τον πελάτη» με μέση τιμή 3,67 ($\pm 1,25$) και «Οι εργαζόμενοι του πρατήριο καυσίμων πρέπει να δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο.» με μέση τιμή 3,97 ($\pm 1,08$) αξιολογήθηκαν ουδέτερα προς θετικά ενώ η πρόταση «Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη» με μέση τιμή 4,11 ($\pm 0,95$) αξιολογήθηκε θετικά.

Πίνακας 21. Αξιολόγηση προσδοκιών πελατών για τις υπηρεσίες του πρατηρίου

		M.T.	T.A
Απτή διάσταση	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών	4,34	1,00
	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχει τις πρέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (κτιριακές υποδομές, διαμόρφωση κλπ.)	4,47	0,88
	Η πρόσβαση στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να είναι εύκολη	4,37	0,98
	Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση	4,04	0,99
Αξιοπιστία	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη	4,19	0,95
	Το πρατήριο πρέπει να τηρεί τις υποσχέσεις που δίνει προς τον πελάτη	4,41	0,96
	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή	4,30	1,02
	Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα	4,08	1,05
	Το πρατήριο σε ώρες αιχμής πρέπει να εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη	3,47	1,19
Ανταπόκριση	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες	4,37	0,96
	Ο εργαζόμενος πρέπει να εξυπηρετείται άμεσα	4,03	0,96

	Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών.	3,74	1,04
	Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη	4,14	0,96
Ασφάλεια	Πρέπει να υπάρχει ασφάλεια των συναλλαγών με το πρατήριο καυσίμων	4,42	0,97
	Οι εργαζόμενοι πρέπει να έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους	4,37	0,91
	Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει προσωπικό που να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο-ικανό και έμπειρο	4,32	0,97
	Η συμπεριφορά των εργαζομένων στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη	4,33	0,91
Ενσυναίσθηση	Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη	4,11	0,95
	Οι εργαζόμενοι πρέπει να καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη	3,89	1,03
	Οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη	3,81	1,01
	Το ωράριο του πρατηρίου καυσίμων πρέπει να είναι βολικό για τον πελάτη	3,67	1,25
	Οι εργαζόμενοι του πρατηρίου καυσίμων πρέπει να δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο.	3,97	1,08

Οι πελάτες κλήθηκαν να αξιολογήσουν ορισμένες προτάσεις που αφορούν την αντίληψή τους για τις υπηρεσίες του πρατηρίου καυσίμων. Οι πελάτες συμφώνησαν σημαντικά στις προτάσεις που αναφέρουν ότι το πρατήριο καυσίμων έχει τις πρέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (M.T.=4,10 ±0,92), η πρόσβαση σε αυτό είναι εύκολη (M.T.=4,11 ±0,92), εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή (M.T.=4,15 ±0,89) και προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες (M.T.=4,08 ±1). Σε μέτριο

προς ψηλό βαθμό υποστήριξαν οι πελάτες ότι το πρατήριο διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών (M.T.=3,89 ±0,99), παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη (M.T.=3,99 ±0,96), σε ώρες αιχμής εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη (M.T.=3,67 ±1,09) και λειτουργεί με ικανοποιητικό ωράριο (M.T.=3,96 ±0,98).

Αναφορικά με τους εργαζόμενους του πρατηρίου δήλωσαν ότι είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη (M.T.=4,01 ±0,92), έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους (M.T.=4,00 ±0,94), η συμπεριφορά τους εμπνέει εμπιστοσύνη (M.T.=4,05 ±1) και δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο (M.T.=4,00 ±0,99). Σε μέτριο προς ψηλό βαθμό υποστήριξαν οι πελάτες ότι οι εργαζόμενοι του πρατηρίου έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση (M.T.=3,84 ±1,00), δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα (M.T.=3,97 ±0,96), έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών (M.T.=3,68 ±1,05), δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη (M.T.=3,89 ±0,99), καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη (M.T.=3,84 ±1,03) και είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη (M.T.=3,82 ±1,05).

Πίνακας 22. Αξιολόγηση υπηρεσιών πρατηρίου

	M.T.	T.A.
Το πρατήριο καυσίμων διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών	3,89	0,99
Το πρατήριο καυσίμων έχει τις πρέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (κτιριακές υποδομές, διαμόρφωση κλπ)	4,10	0,92
Η πρόσβαση στο πρατήριο καυσίμων είναι εύκολη	4,15	0,91
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση	3,85	1,00
Το πρατήριο καυσίμων παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη	3,99	0,96
Το πρατήριο τηρεί τις υποσχέσεις που δίνει προς τον πελάτη	4,11	0,92
Το πρατήριο καυσίμων εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή	4,15	0,89
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα	3,97	0,96

Το πρατήριο καυσίμων προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες	4,08	1,00
Το πρατήριο σε ώρες αιχμής εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη	3,67	1,09
Ο πελάτης εξυπηρετείται άμεσα	3,81	1,10
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών.	3,68	1,05
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη	4,01	0,92
Υπάρχει ασφάλεια των συναλλαγών με το πρατήριο καυσίμων	4,22	0,93
Οι εργαζόμενοι έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους	4,00	0,94
Το πρατήριο καυσίμων διαθέτει προσωπικό που να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο-ικανό και έμπειρο.	4,00	0,94
Η συμπεριφορά των εργαζομένων στο πρατήριο καυσίμων εμπνέει εμπιστοσύνη	4,05	1,00
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη	3,89	0,99
Οι εργαζόμενοι καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη	3,84	1,03
Οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη	3,82	1,05
Το ωράριο του πρατηρίου καυσίμων είναι ικανοποιητικό	3,96	0,98
Οι εργαζόμενοι του πρατηρίου καυσίμων δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο	4,00	0,99

Οι πελάτες δήλωσαν πως ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καταλυτικός για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση και εμπειρία από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν από το πρατήριο καυσίμων με μέση τιμή 4,33 ($\pm 0,80$).

Πίνακας 23. Αξιολόγηση ανθρώπινου παράγοντα για την ικανοποίηση των πελατών (απόψεις πελατών)

M.T. T.A.

Θεωρείτε πως ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καταλυτικός για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση και εμπειρία σας από τις υπηρεσίες που λαμβάνετε από το πρατήριο καυσίμων;	4,33	0,80
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------	------

Οι πελάτες δήλωσαν πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο δεν θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών με μέση τιμή 2,95 ($\pm 1,28$).

Πίνακας 24. Αξιολόγηση ταχύτητας εξυπηρέτησης από self service (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών;	2,95	1,28

Οι πελάτες διαφώνησαν σημαντικά με τον ισχυρισμό ότι μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατηρίου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα με μέση τιμή 1,84 ($\pm 1,11$).

Πίνακας 25. Αντικατάσταση ανθρώπων από μηχανήματα (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Θεωρείτε πως μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατηρίου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα;	1,84	1,11

Διστακτικοί φάνηκε να είναι οι πελάτες σχετικά με το βαθμό που κρίνουν πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο με μέση τιμή 1,85 ($\pm 0,36$).

Πίνακας 26. Βελτίωση υπηρεσιών από self service (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Πιστεύετε πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο;	1.85	0.36

Σχετική διαφωνία υπέδειξαν οι πελάτες ως προς την πρόταση που αφορά την υποβάθμιση του ρόλου του ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service, με μέση τιμή 2,5 ($\pm 1,20$).

Πίνακας 27. Υποβάθμιση ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Κρίνετε πως η εγκατάσταση συστημάτων self service υποβαθμίζουν τον ρόλο του ανθρώπου;	2,50	1,20

Σχετική συμφωνία σημείωσαν οι πελάτες αναφορικά την πρόταση που αναφέρει ότι οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο με μέση τιμή 3,67 ($\pm 1,16$).

Πίνακας 28. Πλεονέκτημα υπηρεσιών self service έναντι εξυπηρέτησης από εργαζόμενο (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο;	3,67	1,30

Ως προς την πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service στο πρατήριο οι πελάτες φάνηκαν ελαφρώς αρνητικοί έως και διχασμένοι με μέση τιμή 2,91 ($\pm 1,2$)

Πίνακας 29. Πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service (απόψεις πελατών)

	M.T.	T.A.
Πόσο πιθανό είναι να χρησιμοποιήσετε υπηρεσίες self service στο πρατήριο;	2,91	1,20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΣΥΖΗΤΗΣΗ

5.1 Συμπεράσματα εργασίας

Το θέμα που μελετήθηκε στην παρούσα εργασία αφορούσε την αξιολόγηση της μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων σε self service. Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη αφορά ένα σύγχρονο πρατήριο καυσίμων το οποίο έχει και αίθουσα μίνι μάρκετ – καφέ και για το οποίο εξετάστηκε αν είναι συμφέρουσα η πρόταση να γίνει self service, καθώς και αν θα είναι ικανοποιημένοι οι πελάτες και οι εργαζόμενοι από το νέο μοντέλο λειτουργίας του πρατηρίου. Αναμφισβήτητα, η ικανοποίηση των πελατών επιδρά στις προθέσεις αγοραστικής συμπεριφοράς τους και στη μακροπρόθεσμη επιχειρηματική επιτυχία. Πέρα από την ικανοποίηση των πελατών, πολύ σημαντική είναι και η ικανοποίηση από την εργασία, καθώς αυτή επιδρά στη διαχείριση της προσωπικής ευημερίας των εργαζομένων και στην επίτευξη οργανωτικής επιτυχίας. Συνεπώς, τόσο η ικανοποίηση των πελατών όσο και των εργαζομένων έχουν σημαντικό ρόλο στο νέο εγχείρημα του πρατηρίου.

Όπως παρουσιάστηκε στο θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας, η αυτοεξυπηρέτηση στην τροφοδοσία των καυσίμων έχει μεταμορφώσει σήμερα τη βιομηχανία βενζίνης, προσφέροντας ελκυστικές δυνατότητες μέσα από τη νέα τεχνολογία, αλλά και κινδύνους για την ασφάλεια των πληρωμών και των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών. Από τις υπάρχουσες έρευνες σχετικά με τα self - service βενζινάδικα διαπιστώθηκε ότι η χρήση των τεχνολογιών αυτοματισμού βελτιώνει τη λειτουργία του πρατηρίου ως προς τον χρόνο (Dutta et al., 2020) και μειώνει το κόστος εργασίας (Wang et al, 2016). Γενικά, ένα self service πρατήριο απαιτεί λιγότερους πόρους και μειώνει το κόστος (Walaszczyk et al., 2020). Ωστόσο, συνήθως συνοδεύεται από τακτικές πρόσληψης εργαζομένων μερικής απασχόλησης (Wang et al, 2016), γεγονός που μπορεί να επηρεάσει τα επίπεδα ικανοποίησης των εργαζομένων στην εργασία (Giannikis & Mihail, 2011). Η προαναφερόμενη εξοικονόμηση του κόστους μπορεί να επιστραφεί εν μέρει στους πελάτες, μέσα από τις χαμηλότερες τιμές, συμβάλλοντας στην αύξηση της ικανοποίησης τους (Paswan et al., 2014). Όπως φάνηκε από την ανασκόπηση, οι πελάτες

αντιλαμβάνονται θετικά το μοντέλο self-service στα πρατήρια καυσίμων, όταν η χρήση του προσφέρει στους πελάτες οφέλη (Ndlazi et al., 2021; Wang et al., 2016). Μέσα από τις προσφερόμενες υπηρεσίες, που συμπληρώνουν το βασικό προϊόν του πρατηρίου, τα self service πρατήρια έχουν την δυνατότητα να ικανοποιήσουν ακόμη περισσότερο τους πελάτες τους (Hsieh, 2005; Jokisuu et al., 2015).

Με άξονα τα παραπάνω, και με βάση το ερευνητικό κενό που υπάρχει στην βιβλιογραφία, η παρούσα έρευνα αποτέλεσε μια αξιολόγηση της μετατροπής ενός πρατηρίου καυσίμων στην Ελλάδα σε self service. Η έρευνα βασίστηκε στην ποσοτική μέθοδο και υλοποιήθηκε μέσω της ανάλυσης κόστους - οφέλους και μέσω έρευνας ικανοποίησης πελατών και εργαζομένων με ερωτηματολόγια. Στην ανάλυση κόστους οφέλους αξιοποιήθηκε η έννοια της καθαρής παρούσας αξίας και του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης, προκειμένου να διαπιστωθεί αν η επένδυση είναι αποδοτική ή όχι. Στο πλαίσιο της ποσοτικής έρευνας μέσω ερωτηματολογίων, αξιοποιήθηκαν δυο δομημένα ερωτηματολόγια: ένα για τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών του πρατηρίου και ένα για τη μέτρηση της ικανοποίησης των εργαζομένων (συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο Job Satisfaction Survey του Spector (1985)). Τα ερωτηματολόγια σχεδιάστηκαν σε μορφή Google Forms και μοιράστηκαν στο δείγμα ηλεκτρονικά. Το δείγμα αποτέλεσαν 84 άτομα εκ των οποίων 11 είναι εργαζόμενοι και 73 είναι πελάτες του πρατηρίου. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε στο SPSS.

Σε ότι αφορά την ανάλυση κόστους οφέλους, έγινε αρχικά ανάλυση του κόστους, συμπεριλαμβάνοντας τα εξής κόστη: το κόστος υλοποίησης, το λειτουργικό κόστος και το κόστος μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Έπειτα, έγινε ανάλυση οφέλους, συμπεριλαμβάνοντας τα εξής οφέλη: εξοικονόμηση χρόνου, ικανοποίηση πελατών, εξοικονόμηση κόστους εργασίας, αυξημένα έσοδα, μερίδιο αγοράς και ανταγωνιστικότητα. Για την χρηματοοικονομική αξιολόγηση υπολογίστηκε η απόδοση επένδυσης (ROI) και η περίοδος αποπληρωμής. Συνάμα, έγινε ανάλυση ευαισθησίας με ποικίλες βασικές παραδοχές, όπως ποσοστά μεταβολής πωλήσεων ή μεταβολή κόστους κεφαλαίου, με στόχο να φανεί πώς οι αλλαγές σε αυτούς τους παράγοντες ενδέχεται να επηρεάσουν τα συνολικά αποτελέσματα κόστους-οφέλους. Στο πλαίσιο της εμπειρικής μελέτης και αξιολόγησης, έγινε υπόθεση για άνοδο των πωλήσεων κατά 10%. Το μικτό περιθώριο κέρδους προέκυψε της τάξης του 12,8%. Η εγκατάσταση ενός συστήματος αυτοεξυπηρέτησης στο πρατήριο φάνηκε πως μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, προς όφελος τόσο του ιδιοκτήτη της επιχείρησης όσο και των πελατών, όπως: λειτουργική αποτελεσματικότητα και ταχύτερη εξυπηρέτηση, μειωμένες ανάγκες

σε προσωπικό, εξοικονόμηση κόστους (κόστους εργασίας και λειτουργικού κόστους), προσβασιμότητα 24/7, γρήγορες και βολικές συναλλαγές, εξατομίκευση, προώθηση πρόσθετων υπηρεσιών και ευκαιρίες πολλαπλών πωλήσεων, καινοτομία, συλλογή δεδομένων για λήψη αποφάσεων, περιβαλλοντικά οφέλη, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και προσαρμογή στις τάσεις της αγοράς. Υλοποιώντας το ανωτέρω επενδυτικό πρόγραμμα, η προϋπολογιστική κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για το πρώτο έτος λειτουργίας έδειξε πως η υλοποίηση του πλάνου οδηγεί σε σημαντική άνοδο των καθαρών κερδών, με κύριο οδηγό τη μείωση των εξόδων προσωπικού λόγω του αντίστοιχου εξορθολογισμού. Η τελική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου έγινε με τον υπολογισμό τριών δεικτών αξιολόγησης: την περίοδο επανείσπραξης, την ΚΠΑ και τον ΕΣΑ. Μέσα από τον υπολογισμό των ετήσιων ταμειακών ροών και με βάση τα στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την εκτίμηση του αρχικού κόστους (τεχνολογική υποδομή, συστήματα πληρωμών, σύστημα διαχείρισης καυσίμου, τερματικά αυτοεξυπηρέτησης, ανάπτυξη Λογισμικού, προετοιμασία τοποθεσίας, κατασκευή τοποθεσίας, εκπαίδευση εργαζομένων, τεχνική υποστήριξη, άδειες και κανονιστική συμμόρφωση, έκτακτα και διάφορα άλλα έξοδα), τέθηκε ως αρχικό κόστος εγκατάστασης το ποσό των 150.000€, ποσό που περιλαμβάνει όλες τις διαστάσεις αυτές. Επιπλέον, έγινε η υπόθεση ότι το ΜΣΚΚ είναι 10%. Από τα αποτελέσματα των υπολογισμών, βρέθηκε πως η περίοδος επανείσπραξης ισούται με 3,47 έτη και με βάση την τιμή της ΚΠΑ (23.199 €) και του ΕΣΑ (15,49%) (με τιμή WACC στο 10%) διαπιστώθηκε ότι η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας είναι συμφέρουσα. Ακολούθως, η ανάλυση ευαισθησίας ανέδειξε πως η βιωσιμότητα δεν απειλείται από τυχόν μεταβολές του επιτοκίου. Συμπερασματικά, επιβεβαιώθηκε η οικονομική βιωσιμότητα και κερδοφορία του έργου. Άρα, το πρατήριο λιανικής παρουσιάζει θετικές οικονομικές προοπτικές όσον αφορά την εφαρμογή του συστήματος αυτοεξυπηρέτησης. Ωστόσο, η επιτυχής υλοποίηση απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό, αποτελεσματικό μάρκετινγκ και συνεχή παρακολούθηση για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη επιτυχία του έργου.

Περνώντας στις αναλύσεις των ερωτηματολογίων, φάνηκε πως η πλειοψηφία των πελατών προτιμά την εξυπηρέτηση από υπάλληλο και όχι από το μηχάνημα. Αντίστοιχα, η πλειοψηφία των εργαζομένων δήλωσε πως δεν προτιμά την εξυπηρέτηση από μηχάνημα αλλά από υπάλληλο. Ο βαθμός ικανοποίησης των εργαζομένων προέκυψε χαμηλός όσον αφορά τον μισθό και τη διαδικασία λειτουργίας, μέτριος προς χαμηλός όσον αφορά τα προνόμια, μέτριος όσον αφορά τη δυνατότητα προαγωγής και τις

έκτακτες ανταμοιβές, μέτριος προς υψηλός όσον αφορά τις συναδερφικές σχέσεις, το περιβάλλον και την επικοινωνία και τέλος, υψηλός όσον αφορά την εποπτεία.

Οι εργαζόμενοι δήλωσαν πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο δεν θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών. Επίσης, διαφώνησαν σημαντικά με τον ισχυρισμό ότι μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατηρίου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα. Οι εργαζόμενοι φάνηκαν διστακτικοί σχετικά με το βαθμό που κρίνουν πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο. Συμφώνησαν ως προς την υποβάθμιση του ρόλου του ανθρώπου από την εγκατάσταση συστημάτων self service, αλλά διαφώνησαν στο ότι οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο. Ως προς την πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service στο πρατήριο οι εργαζόμενοι φάνηκαν ελαφρώς αρνητικοί.

Από τις απαντήσεις των πελατών φάνηκε πως το συνολικό επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του πρατηρίου αξιολογήθηκε από τους πελάτες θετικά. Επίσης μεγάλος ήταν ο βαθμός ικανοποίησης από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πρατηρίου. Οι πελάτες αξιολόγησαν θετικά την απτή διάσταση των προσδοκιών των εργαζομένων, την ανταπόκριση, την ασφάλεια και την ενσυναίσθηση. Ως προς την διάσταση της αξιοπιστίας του πρατηρίου, οι πελάτες συμφώνησαν με τις τέσσερις από τις πέντε προτάσεις αλλά έδειξαν ουδέτερη στάση ως προς την πρόταση «Το πρατήριο σε ώρες αιχμής πρέπει να εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη».

Από τις αντιλήψεις τους για τις υπηρεσίες του πρατηρίου καυσίμων, διαπιστώθηκε πως οι πελάτες συμφώνησαν σημαντικά ότι το πρατήριο καυσίμων έχει τις πέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις, η πρόσβαση σε αυτό είναι εύκολη, εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή και προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες. Σε μέτριο προς ψηλό βαθμό υποστήριξαν ότι το πρατήριο διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών, παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη, σε ώρες αιχμής εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη και λειτουργεί με ικανοποιητικό ωράριο. Αναφορικά με τους εργαζόμενους του πρατηρίου, οι πελάτες δήλωσαν ότι είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη, έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους, η συμπεριφορά τους εμπνέει εμπιστοσύνη και δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο. Σε μέτριο προς ψηλό βαθμό οι πελάτες υποστήριξαν ότι οι εργαζόμενοι του πρατηρίου έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση, δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα, έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των

πελατών, δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη, καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του και είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του. Οι πελάτες δήλωσαν πως ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καταλυτικός για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση και εμπειρία από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν από το πρατήριο καυσίμων. Συνάμα, από τις απαντήσεις τους φάνηκε ότι δεν είναι σίγουροι για τον αν η εξυπηρέτηση με υπηρεσίες self service θα είναι πιο γρήγορη, δεν πιστεύουν ότι τα μηχανήματα μπορούν να αντικαταστήσουν τους ανθρώπους, είναι διστακτικοί ως προς το ότι οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο και τέθηκαν ελαφρώς αρνητικά ως προς την πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service στο πρατήριο, έως και διχασμένοι.

5.2 Ερμηνεία αποτελεσμάτων έρευνας

Από την ανάλυση κόστους οφέλους φάνηκε πως ένα self service πρατήριο μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, προς όφελος τόσο του ιδιοκτήτη της επιχείρησης όσο και των πελατών. Η υλοποίηση του πλάνου οδηγεί σε σημαντική άνοδο των καθαρών κερδών, με κύριο οδηγό τη μείωση των εξόδων προσωπικού. Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης έγινε εμφανές πως η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας είναι συμφέρουσα και δεν απειλείται από τυχόν μεταβολές του επιτοκίου. Τα οφέλη που αναδύονται από το self service πρατήριο, όπως φάνηκε στην παρούσα έρευνα, είναι σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, που υποστηρίζει μείωση στο κόστος (Wang et al, 2016), καθώς το self service πρατήριο απαιτεί λιγότερους πόρους (Walaszczyk et al., 2020).

Από τις αναλύσεις των ερωτηματολογίων, φάνηκε πως ο βαθμός ικανοποίησης των εργαζομένων ποικίλει για τις διάφορες διαστάσεις της ικανοποίησης, από χαμηλός όσον αφορά τον μισθό και τη διαδικασία λειτουργίας μέχρι υψηλός όσον αφορά την εποπτεία. Οι εργαζόμενοι δεν τοποθετήθηκαν ιδιαίτερα θετικά ως προς το μοντέλο self service στο πρατήριο και πιστεύουν πως ο ρόλος τους θα υποβαθμιστεί από αυτό. Γενικά, ως προς την πιθανότητα χρήσης υπηρεσιών self service στο πρατήριο οι εργαζόμενοι φάνηκαν ελαφρώς αρνητικοί. Τα πορίσματα που προέκυψαν από το ερωτηματολόγιο εργαζομένων αναδεικνύουν πως οι εργαζόμενοι νιώθουν πως θα υποβαθμιστεί ο ρόλος τους από το self service μοντέλο, προφανώς λόγω της μερικής απασχόλησης στην οποία θα τεθούν. Διαφαίνεται λοιπόν πως δεν είναι ικανοποιημένοι με το νέο μοντέλο και αυτό είναι ένα εύρημα που επισημαίνει και η βιβλιογραφία, με βάση την οποία οι τακτικές πρόσληψης

εργαζομένων μερικής απασχόλησης μπορεί να επηρεάσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των εργαζομένων στην εργασία (Giannikis & Mihail, 2011).

Από τις απαντήσεις των πελατών φάνηκε πως το συνολικό επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του πρατηρίου αξιολογήθηκε από τους πελάτες θετικά. Επίσης μεγάλος ήταν ο βαθμός ικανοποίησης από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πρατηρίου. Φάνηκε ωστόσο πως τους προβληματίζει η ταχύτητα στην εξυπηρέτηση στις ώρες αιχμής. Οι πελάτες δήλωσαν πως ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καταλυτικός για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση και εμπειρία από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν από το πρατήριο καυσίμων. Αυτή η μεγάλη σημασία που αποδίδουν στον παράγοντα άνθρωπο είναι που προφανώς τους κάνει να νιώθουν δισταγμό για την ιδέα self service πρατηρίου. Οι πελάτες φάνηκε πως είναι μάλλον αρνητικοί, διστακτικοί ή και διχασμένοι με την ιδέα για το μοντέλο self service στο πρατήριο, άρα φαίνεται να έχουν μάλλον χαμηλή ικανοποίηση. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τα πορίσματα της βιβλιογραφίας, με βάση τα οποία οι πελάτες νιώθουν ικανοποίηση από το μοντέλο self -service στα πρατήρια καυσίμων, όταν η χρήση του μοντέλου προσφέρει στους πελάτες οφέλη όπως χαμηλότερες τιμές (Ndlazi et al., 2021; Wang et al., 2016) και όταν λαμβάνουν ποικίλες προσφερόμενες υπηρεσίες, που συμπληρώνουν το βασικό προϊόν του πρατηρίου – το καύσιμο (Hsieh, 2005; Jokisuu et al., 2015).

5.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα και πρακτική

Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης κόστους οφέλους έγινε εμφανές πως η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας είναι συμφέρουσα και δεν απειλείται από τυχόν μεταβολές του επιτοκίου. Ωστόσο, η επιτυχής υλοποίηση απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό, αποτελεσματικό μάρκετινγκ και συνεχή παρακολούθηση για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη επιτυχία του έργου. Σε αυτά τα σημεία λοιπόν θα πρέπει να δώσει έμφαση η διοίκηση του πρατηρίου. Πρόσθετα, η διοίκηση του πρατηρίου θα πρέπει να δώσει μεγάλη έμφαση στην ικανοποίηση των εργαζομένων μέσα από καλύτερα χρηματικά κίνητρα τα οποία μπορούν να αυξήσουν την ικανοποίηση των εργαζομένων. Σχετικά με τους πελάτες, η αποτελεσματική επικοινωνία του οφέλους γύρω από την ιδέα για το μοντέλο self service στο πρατήριο και η προώθηση ενεργειών όπως χαμηλότερες τιμές, αλλά και η διασφάλιση της ποιότητας και της εξυπηρέτησης υπό το νέο μοντέλο μπορεί να εξαλείψουν τον δισταγμό τους για το self service σύστημα.

Σε ότι αφορά τις προτάσεις για μελλοντική έρευνα, δεδομένου ότι η υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με το εξεταζόμενο θέμα είναι πολύ περιορισμένη, χρειάζεται να υπάρξει στο μέλλον περαιτέρω διερεύνηση του θέματος από τους μελετητές. Τέλος, δεδομένου ότι ο βασικός περιορισμός της έρευνας ήταν το μικρό μέγεθος του δείγματος, που δεν επιτρέπει τη γενίκευση των αποτελεσμάτων στον πληθυσμό της έρευνας, προτείνεται να γίνει έρευνα στο μέλλον σε μεγαλύτερο δείγμα, από διάφορα πρατήρια της χώρας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Osborne, M.J. A resolution to the NPV–IRR debate? *Q. Rev. Econ. Financ.* 2010, 50, 234–239.]Basari, M. A. M. D., & Shamsudin, M. F. (2020). Does customer satisfaction matters?. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(1), 1-15.
- Bei, L. T., & Chiao, Y. C. (2001). An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 14, 125–140.
- Bora, B. (2015). Comparison between net present value and internal rate of return. *International journal of research in finance and marketing*, 5(12), 61-71.
- Capital (2009). *ΥΠΑΝ: Διευκρινίσεις για τη λειτουργία αυτόματων πωλητών καυσίμων*.
Πρόσβαση στις 9/12/2023 από:
<https://www.capital.gr/oikonomia/734433/upan-dieukriniseis-gia-ti-leitourgia-automaton-politon-kausimon/>
- Chen, J.C., & Silverthorne, C. (2008). The impact of locus of control on job stress, job performance and job satisfaction in Taiwan. *Leadership and Organization Development Journal*, 29(7), 572-82.
- Dutta, S., Pal, S., Majumder, S., & Biswas Deb, P. (2020). *Self Service Petrol Pump Using Automation Technology*. Proceedings of Industry Interactive Innovations in Science, Engineering & Technology (I3SET2K19).
- Fetai, B., Abdul, S., & Qirici, S. (2015). An ordered prohibit model of job satisfaction in the former Yugoslov Republic of Macedonia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 33, 350-357.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18.
- Garcia, J.M., Freire, O.B.D.L., Santos, E.B.A. & Andrade, J. (2020). Factors affecting satisfaction and loyalty to online group buying. *Revista de Gestão*, 27(3), 211-228.
- Georgellis, Y., Lange, T., & Tabvuma, V. (2012). The impact of life events on job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 464-473.

- Giannikis, S. K., & Mihail, D. M. (2011). Modelling job satisfaction in low-level jobs: Differences between full-time and part-time employees in the Greek retail sector. *European Management Journal*, 29(2), 129-143.
- Hanaysha, J., & Tahir, P.R. (2016). Examining the effects of employee empowerment, teamwork and employee training on job satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 272-282.
- Hansemark, O.C. and Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(1), 40-57.
- Hayes, A. (2023). *What Is Cost-Benefit Analysis, How Is it Used, What Are its Pros and Cons?* Online 15 January 2024 from: <https://www.investopedia.com/terms/c/cost-benefitanalysis.asp>
- Hsieh, C.-T. (2005). Implementing Self-Service Technology To Gain Competitive Advantages. *Communications of the IIMA*, 5(1), 77–83.
- Izvercian, M., Potra, S., & Ivascu, L. (2016). Job satisfaction variables: A grounded theory approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 86-94.
- Johnson, M. D., Gustafsson, A., Andreassen, T. W., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evaluation and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217–245.
- Jokisuu, E. et al. (2015). Improving touchscreen accessibility in self-service technology. In *Lecture Notes in Computer Science*. Springer Verlag, pp. 103–113.
- Jones, M. A., & Suh, J. (2000). Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: An empirical analysis. *Journal of Services Marketing*, 14(2), 147–159.
- Judge, T. A., Parker, S., Colbert, A. E., Heller, D., & Ilies, R. (2001). Job satisfaction: a cross-cultural review, in: N. Anderson, D. S. Ones, H. K. Sinangil and C. Viswesvaran (eds) *Handbook of Industrial, Work and Organizational Psychology*, Vol. 2 (London: Sage), pp. 25–52.
- Koustelios, A. (2001). Personal characteristics and job satisfaction of Greek teachers. *Journal of Educational Management*, 15(7), 354-358.
- Lim, S. (2008). Job satisfaction of information technology worker in academic libraries. *Library & Information Science Research*, 30(2), 115-121.

- Locke, E.A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behaviour and Human Performance*, 4, 309-36.
- Lussier N. R (2008). *Human Relations in Organizations: Applications and Skill Building*. New York: McGraw-Hill.
- Mishan, E. J., & Quah, E. (2020). *Cost-benefit analysis*. Routledge.
- Millán, J.M., Hessels, J., Thurik, R. et al. (2013). Determinants of job satisfaction: a European comparison of self-employed and paid employees. *Small Business Economics*, 40, 651–670.
- Mittal, V., & Frennea, C. (2010). *Customer satisfaction: a strategic review and guidelines for managers*. MSI Fast Forward Series, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- NACS (2023). *The History of Self-Fueling*. Online 5 July 2023 from: <https://www.convenience.org/Topics/Fuels/The-History-of-Self-Fueling>
- Ndlazi, N., Zwane, T., Mgiba, F., & Chuchu, T. (2021). Examining consumer attitudes and intentions towards the adoption of self-service fuel stations in johannesburg, south africa. *Journal of critical reviews*, 8(2), 1587-1599.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Othman, B.A., Harun, A., De Almeida, N.M. and Sadq, Z.M. (2021). The effects on customer satisfaction and customer loyalty by integrating marketing communication and after sale service into the traditional marketing mix model of Umrah travel services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(2), 363-388.
- Pappu, R., & Quester, P. (2006). Does customer satisfaction lead to improved brand equity? An empirical examination of two categories of retail brands. *Journal of Product and Brand Management*, 15(1), 4–14.
- Paswan, A. K., Crawford, J. C., Ngamsiriudom, W., & Nguyen, T. (2014). Consumer reaction to price increase: an investigation in gasoline industry. *Journal of Product & Brand Management*, 23(3), 220-229.
- Rodriguez del Bosque, I., & San Martin, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573.
- Saari, L.M., & Judge, T.A. (2004). Employee Attitudes and Job Satisfaction. *Human Resource Management*, 43(4), 395–407.

- Sageer, A., Rafat, S., & Agarwal, P. (2012). Identification of variables affecting employee satisfaction and their impact on the organization. *IOSR Journal of business and management*, 5(1), 32-39.
- Saleem, H. (2015). The impact of leadership styles on job satisfaction and mediating role of perceived organizational politics. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 563-569.
- Spector, P. (1997). *Job Satisfaction*. Sage Publications. Thousand Oaks, CA.
- Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693–713.
- Sukamolson, S. (2007). *Fundamentals of quantitative research*. Bangkok, Thailand: EJTR.
- Szymanski, D. M. & Henard, D. H. (2001). Customer satisfaction: A metaanalysis of the empirical evidence. *Journal of the Academy Marketing Science*, 16-35.
- Walaszczyk, E., Dankiewicz, P., & Hernes, M. (2020). The smart payment terminal as an intelligent answer to process management problems in gas stations in Poland. In: *Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges / Soliman Khalid S. (eds.)*, 2020, International Business Information Management Association (IBIMA), pp. 11804-11811.
- Wang, S. P., Lee, H. C., & Hsieh, Y. K. (2016). A Multicriteria approach for the optimal location of gasoline stations being transformed as self-service in Taiwan. *Mathematical Problems in Engineering*, 2016. <https://doi.org/10.1155/2016/8341617>
- Weiss, H. M. (2002). Deconstructing job satisfaction: Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resource Management Review*, 12(2), 173–194.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (3rd ed.), McGraw Hill, New York.

Βιβλία

- Παπαγεωργίου, Γ. (2014). *Ποσοτική έρευνα*. Αθήνα: Gutenberg- Τυπωθήτω.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ (ερωτηματολόγιο)

Η παρούσα έρευνα σκοπό έχει τη μελέτη της ικανοποίησης των πελατών και της ιδέας του self service καθώς και την ικανοποίηση των εργαζομένων από την εργασία τους. Η συμμετοχή σας στην έρευνα είναι εθελοντική και ανώνυμη. Οι πληροφορίες που θα παρέχετε θα επεξεργαστούν ως συνολικά δεδομένα και δεν ελλοχεύει κανένας κίνδυνος αποκάλυψης της ταυτότητάς σας. Η συμμετοχή σας κρίνεται πολύτιμη για την προαγωγή της γνώσης και την εξέλιξη.

Έχω διαβάσει το ενημερωτικό σημείωμα και συναινώ στη συμμετοχή μου στην έρευνα

- Ναι
- Όχι

Σε ποια κατηγορία ανήκετε;

- Πελάτης
- Εργαζόμενος/η

Δημογραφικά στοιχεία Εργαζομένων

Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία

- Κάτω των 25 ετών
- 26 - 35 ετών
- 36 - 45 ετών
- Άνω των 46 ετών

Εκπαιδευτικό επίπεδο

- Βασικό επίπεδο (απόφοιτος δημοτικού/γυμνασίου/λυκείου)
- Κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ
- Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου σπουδών

Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η
- Χήρος/α

Χρόνια απασχόλησης στο πρατήριο

- Λιγότερα από 5 έτη
- 6- 10 έτη
- 11 - 15 έτη
- Περισσότερα από 16 έτη

Ποια είναι η θέση εργασίας σας;

Δημογραφικά στοιχεία Πελατών

Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία

- Κάτω των 25 ετών
- 26 - 35 ετών
- 36 - 45 ετών
- Άνω των 46 ετών

Εκπαιδευτικό επίπεδο

- Βασικό επίπεδο (απόφοιτος δημοτικού/γυμνασίου/λυκείου)
- Κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ
- Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου σπουδών

Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η

- Χήρος/α

Πόσο συχνά επισκέπτεστε το πρατήριο;

Καθόλου συχνά 1 2 3 4 5 Πάρα πολύ συχνά

Ικανοποίηση εργαζομένων

Απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις ανάλογα με το βαθμό που σας αντιπροσωπεύουν

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Αισθάνομαι ότι η αμοιβή μου είναι δίκαιη με βάση τη δουλειά μου					
Υπάρχουν πολύ λίγες ευκαιρίες προαγωγής στη δουλειά μου					
Ο ανώτερος μου είναι αρκετά ικανός στη δουλειά του					
Δεν είμαι ικανοποιημένος/η από τα προνόμια που λαμβάνω					
Όταν κάνω καλά τη δουλειά μου λαμβάνω την αναγνώριση που πρέπει					
Πολλοί από τους κανόνες και τις λειτουργίες της εταιρείας					

κάνουν τη δουλειά μου πιο δύσκολη					
Συμπαθώ τους συνεργάτες μου					
Μερικές φορές νιώθω ότι η δουλειά μου είναι ανώφελη					
Υπάρχει καλή επικοινωνία εντός της επιχείρησης					
Οι αυξήσεις είναι λίγες και πολύ αραιές μεταξύ τους					
Τα άτομα που κάνουν καλά τη δουλειά τους έχουν πολλές πιθανότητες να προαχθούν					
Ο ανώτερος μου είναι άδικος μαζί μου					
Τα προνόμια που μας προσφέρονται είναι το ίδιο καλά με όλες τις άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις					
Νιώθω πως η δουλειά μου δεν εκτιμάται					
Οι προσπάθειές μου να κάνω καλά τη δουλειά μου παρεμποδίζονται					
Νιώθω ότι πρέπει να δουλεύω περισσότερο					

λόγω της ανικανότητας των συναδέρφων μου					
Μου αρέσει η δουλειά μου					
Οι στόχοι της εταιρείας δεν είναι ξεκάροι για μένα					
Νιώθω ανικανοποίητος από την εταιρεία που εργάζομαι όσον αφορά το μισθό μου					
Οι άνθρωποι εξυπηρετούνται ταχύτερα στο πρατήριό μας από ότι σε άλλα					
Ο ανώτερος μου δείχνει ελάχιστο ενδιαφέρον για τους κατώτερους του					
Το πακέτο προνομίων που μας παρέχεται είναι ικανοποιητικό					
Υπάρχουν ελάχιστες επιβραβεύσεις για όσους εργάζονται καλά					
Έχω πάρα πολλά καθήκοντα στη δουλειά μου					
Απολαμβάνω να δουλεύω με τους συναδέρφους μου					
Κάποιες φορές νιώθω πως δεν καταλαβαίνω τι συμβαίνει στην εταιρεία					

Νιώθω το αίσθημα της υπερηφάνειας για τη δουλειά μου					
Νιώθω ικανοποιημένος για την δυνατότητα αύξησης του μισθού μου					
Υπάρχουν προνόμια που δεν λαμβάνουμε ενώ θα έπρεπε					
Συμπαθώ τον ανώτερό μου					
Έχω πάρα πολύ γραφεικρατία στη δουλειά μου					
Αισθάνομαι πως οι κόποι μου δεν ανταμείβονται όπως θα έπρεπε					
Είμαι ικανοποιημένος με τη δυνατότητα προαγωγής					
Υπάρχουν πολλοί διαπληκτισμοί στη δουλειά μου					
Η δουλειά μου είναι διασκεδαστική					
Οι εργασιακές απαιτήσεις δεν είναι πάντα ξεκάθαρες					

Ικανοποίηση πελατών

Εκτιμήστε το συνολικό επίπεδο ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του πρατηρίου

Πολύ χαμηλό 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Πολύ υψηλό

Εκτιμήστε το συνολικό βαθμό ικανοποίησής σας από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πρατηρίου

Πολύ χαμηλό 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Πολύ υψηλό

Απαντήστε στις παρακάτω προτάσεις που αφορούν τις προσδοκίες σας για τις υπηρεσίες του πρατηρίου καυσίμων στο βαθμό που σας αντιπροσωπεύουν

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών					
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχει τις πρέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (κτιριακές υποδομές, διαμόρφωση κλπ)					
Η πρόσβαση στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να είναι εύκολη					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση					
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να παρέχει ακριβή					

πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη					
Το πρατήριο πρέπει να τηρεί τις υποσχέσεις που δίνει προς τον πελάτη					
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα					
Το πρατήριο σε ώρες αιχμής πρέπει να εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη					
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες					
Ο πελάτης πρέπει να εξυπηρετείται άμεσα					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών.					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων					

πρέπει να είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη					
Πρέπει να υπάρχει ασφάλεια των συναλλαγών με το πρατήριο καυσίμων					
Οι εργαζόμενοι πρέπει να έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους					
Το πρατήριο καυσίμων πρέπει να διαθέτει προσωπικό που να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο-ικανό και έμπειρο					
Η συμπεριφορά των εργαζομένων στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων πρέπει να δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη					
Οι εργαζόμενοι πρέπει να καταλαβαίνουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη					

Οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη					
Το ωράριο του πρατήριου καυσίμων πρέπει να είναι βολικό για τον πελάτη					
Οι εργαζόμενοι του πρατήριου καυσίμων πρέπει να δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο.					

Απαντήστε στις παρακάτω προτάσεις που αφορούν την αντίληψή σας για τις υπηρεσίες του πρατήριου καυσίμων στο βαθμό που σας αντιπροσωπεύουν

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Το πρατήριο καυσίμων διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό αντλιών					
Το πρατήριο καυσίμων έχει τις πέπουσες εγκαταστάσεις-σημάνσεις (κτιριακές υποδομές, διαμόρφωση κλπ)					

Η πρόσβαση στο πρατήριο καυσίμων είναι εύκολη					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων έχουν καθαρή και προσεγμένη εμφάνιση					
Το πρατήριο καυσίμων παρέχει ακριβή πληροφόρηση για την εξυπηρέτηση του πελάτη					
Το πρατήριο τηρεί τις υποσχέσεις που δίνει προς τον πελάτη					
Το πρατήριο καυσίμων εκτελεί χωρίς λάθη την παραγγελία και τη συναλλαγή					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων δείχνουν κατανόηση όταν ο πελάτης αντιμετωπίζει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα					
Το πρατήριο καυσίμων προσφέρει αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες					
Το πρατήριο σε ώρες αιχμής εξυπηρετεί με την ίδια ταχύτητα τον πελάτη					
Ο πελάτης εξυπηρετείται άμεσα					

Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων έχουν χρόνο να απαντούν στα ερωτήματα των πελατών.					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετούν τον πελάτη					
Υπάρχει ασφάλεια των συναλλαγών με το πρατήριο καυσίμων					
Οι εργαζόμενοι έχουν κατάλληλη υποστήριξη από τη διεύθυνση ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους					
Το πρατήριο καυσίμων διαθέτει προσωπικό που να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο-ικανό και έμπειρο.					
Η συμπεριφορά των εργαζομένων στο πρατήριο καυσίμων εμπνέει εμπιστοσύνη					
Οι εργαζόμενοι στο πρατήριο καυσίμων δίνουν απόλυτη προσοχή στον πελάτη					
Οι εργαζόμενοι καταλαβαίνουν τις					

ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη					
Οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να διαχειρίζονται τα παράπονα του πελάτη					
Το ωράριο του πρατήριου καυσίμων είναι ικανοποιητικό					
Οι εργαζόμενοι του πρατήριου καυσίμων δίνουν πληροφορίες σχετικά με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρει το πρατήριο					

Θεωρείτε πως ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καταλυτικός για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση και εμπειρία σας από τις υπηρεσίες που λαμβάνετε από το πρατήριο καυσίμων;

- Σίγουρα όχι
- Όχι
- Δεν είμαι σίγουρος/η
- Ναι
- Σίγουρα ναι

Υπηρεσίες self service

Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service στο πρατήριο θα κάνουν πιο γρήγορη την εξυπηρέτηση των πελατών;

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Θεωρείτε πως μπορούν να αντικατασταθούν όλες οι εργασίες του πρατηρίου που εκτελούνται από ανθρώπους, με μηχανήματα;

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Θα προτιμούσατε την εξυπηρέτηση με μηχάνημα ή από υπαλλήλους;

Self service

Από υπαλλήλους

Πιστεύετε πως οι υπηρεσίες self service θα βελτιώσουν την εμπειρία εξυπηρέτησης από το πρατήριο;

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Κρίνετε πως η εγκατάσταση συστημάτων self service υποβαθμίζουν τον ρόλο του ανθρώπου;

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Θεωρείτε πως οι υπηρεσίες self service υπερτερούν από την εξυπηρέτηση από εργαζόμενο;

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Πόσο πιθανό είναι να χρησιμοποιήσετε υπηρεσίες self service στο πρατήριο;

Καθόλου πιθανό 1 2 3 4 5 Πάρα πολύ πιθανό