

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΜΙΑΣ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΗΣ  
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΝΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ  
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΩΝ ΚΑΙΡΩΝ ΜΑΣ.**

**ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ HEWLETT PACKARD**

Πτυχιακή της

**ΘΕΟΔΩΡΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ ΛΥΜΠΕΡΑΤΟΥ**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια

**ΧΡΥΣΑΝΘΗ ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ**

ΠΑΤΡΑ 2015

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σε μια περίοδο όπου η οικονομία είναι στην χειρότερή μέχρι σήμερα κατάσταση, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανταπεξέλθουν με στρατηγικές οι οποίες είναι απαραίτητες για την εξέλιξη και κυρίως για την επιβίωσή τους.

Σκοπός είναι να κατανοήσουμε ποιες στρατηγικές έχει ακολουθήσει η ΗΡ από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα καθώς και την παρακολούθηση των μελλοντικών της κινήσεων.

Τις θερμές μου ευχαριστίες στην καθηγήτρια κα Χρυσάνθη Παπαθανασοπούλου για την συμβολή της και τις συμβουλές της για την διεκπεραίωση της παρούσας πτυχιακής.

Επίσης θα ήθελα να απευθύνω τις ευχαριστίες μου στον άντρα μου ο οποίος με στηρίζει με όλους τους πιθανούς τρόπους.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία αυτή θα αναφερθούν οι στρατηγικές που μπορεί να ακολουθήσει μια πολυεθνική εταιρεία ώστε να ανταπεξέλθει στο ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον των καιρών μας. Οι στρατηγικές που έχει χρησιμοποιήσει μέχρι σήμερα η εταιρεία Hewlett-Packard είναι στρατηγικές ηγεσίας κόστους και σχετισμένη διαφοροποίηση. Η εταιρεία έχει προβεί σε εξαγορές από τη δεκαετία του 1950 μέχρι και σήμερα. Πρόσφατα ανακοίνωσε ότι θα προβεί σε downsizing και ανακοίνωσε διάσπαση της εταιρείας στο σύνολό της.

Ακολουθεί ανάλυση PEST και SWOT της εταιρείας και τέλος ένα ερωτηματολόγιο το οποίο απαντήθηκε από 100 πελάτες της εταιρείας και αφορούσε λεπτομέρειες σχετικά με την αγορά προϊόντος καθώς και με την ικανοποίηση των πελατών της μετά την αγορά. Το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των αποτελεσμάτων είναι το SPSS.

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα του ερωτηματολογίου είναι τα ακόλουθα

- το 59% έχει αγοράσει και δεύτερο προϊόν από την Hewlett-Packard
- το μεγαλύτερο ποσοστό 29,51% έχει αγοράσει φορητό υπολογιστή
- το 56% των ερωτηθέντων αγόραζε ανέκαθεν προϊόντα από την Hewlett-Packard
- το 47,7% αναφέρει ότι επιλέγει ανταγωνίστρια μάρκα λόγω ποιότητας
- το 84% έχουν μείνει ικανοποιημένοι με την αγορά τους
- το 68% δεν είχε ποτέ κάποιο λειτουργικό πρόβλημα με τα προϊόντα
- Από αυτούς που είχαν κάποιο πρόβλημα σε προϊόν που αγόρασαν, το 51,52% θα συνεχίσει να αγοράζει από τη συγκεκριμένη εταιρεία,
- Η επιλογή προϊόντων Hewlett-Packard έγινε λόγω ποιότητας με ποσοστό που φτάνει στο 47%

Από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου το μεγαλύτερο ποσοστό αναφέρει ότι έχει αγοράσει Η/Υ ενώ η εταιρεία φαίνεται να έχει πτώση στα μερίδια αγοράς Η/Υ σχετικά με τους ανταγωνιστές αλλά και γενικότερα σαν προϊόν.

## SUMMARY

This paper will indicate the strategies that can be used by a multinational company to succeed on the highly competitive environment of our time. The strategies that have been used to date by the Hewlett-Packard Company are cost leadership and related diversification. The company has made acquisitions from the 1950s until today. The company recently announced that it will downsize and split the company as a whole.

The paper will continue with a Pest and Swot analysis of the company and end with a questionnaire answered by 100 company customers in association with details of the product marketing and customer satisfaction after sale support. The program used for the analysis of the results is the SPSS.

The most significant conclusions of the questionnaire are the following:

- 59% of the respondents has bought a second Hewlett-Packard product
- Most of them (29,51%) has bought a laptop
- 56% of the respondents has always been buying Hewlett-Packard products
- 47,7% of the respondents mentions that they choose a competitor brand for the quality
- 84% is satisfied with their purchase
- 68% had never had any functional problem with the company's products
- 51.52 % of those who had a problem with a product they bought will continue to buy from this company
- The selection of Hewlett-Packard products was made on the basis of quality at a rate of 47%

Most of the customers who answered the questionnaire seem to have bought a PC while the company seems to fall in PC's market share in relevance to the competitors and as a product in general.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	2
Περίληψη	3
Summary	4
Εισαγωγή	7

### Κεφάλαιο 1

<b>Τι είναι στρατηγική και είδη στρατηγικών</b>	<b>8</b>
1.1 Στρατηγική	8
1.1.1 Αναγκαιότητα της στρατηγικής στις επιχειρήσεις	8
1.1.2 Θεμελιώδεις Ικανότητες	8
1.2 Είδη στρατηγικής	9
1.2.1 Στρατηγικές σταθερότητας	9
1.2.2 Στρατηγικές ανάπτυξης	9
1.2.3 Στρατηγικές αναστροφής / διάσωσης	10
1.2.4 Ανταγωνιστικές στρατηγικές	11
1.3 Downsizing	11

### Κεφάλαιο 2

<b>Ιστορικό της HP και στρατηγικές που έχει ακολουθήσει μέχρι σήμερα</b>	<b>12</b>
2.1 Ιστορικό της HP	12
2.2 Στρατηγικές της HP με βάση το ιστορικό της	23

### Κεφάλαιο 3

<b>HP – Ανάλυση PEST και SWOT</b>	<b>29</b>
3.1 Ανάλυση P.E.S.T.	29
3.1.1 Ανάλυση P.E.S.T. της HP	29

3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T	30
3.2.1 Ανάλυση SWOT της ΗΡ	30
3.3 Προσπάθεια της εταιρείας να πλησιάσει την περιβαλλοντική συνείδηση των πελατών της	31
3.4 Μελλοντικά σχέδια της εταιρείας	33

#### **Κεφάλαιο 4**

<b>Ερωτηματολόγιο</b>	<b>35</b>
4.1 Εισαγωγή – Μεθοδολογία	35
4.2 Αποτελέσματα	37
4.2.1 Ανάλυση στοιχείων	37
4.3 Συμπεράσματα	63
Βιβλιογραφία	65
Παράρτημα	67
- Ερωτηματολόγιο	67

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία αυτή σκοπό έχει να παρουσιάσει τις στρατηγικές επιβίωσης που ακολουθεί μια εταιρεία και συγκεκριμένα η Hewlett-Packard η οποία ιδρύθηκε το 1939 από δύο άτομα και εξελίχθηκε σε μια πολυεθνική η οποία απασχολεί 300,000 χιλιάδες άτομα σε 170 χώρες.

Στα επόμενα κεφάλαια θα αναλύσουμε στρατηγικές από τις οποίες μια επιχείρηση μπορεί με τον σωστό συνδυασμό να ανταπεξέλθει στην δύσκολη αυτή περίοδο. Η επιλογή του συνδυασμού εξαρτάται από την εκάστοτε εταιρεία, τις ασχολίες της και τις ικανότητές της.

Θα αναφερθούμε στο ιστορικό της εταιρείας Hewlett-Packard που από εδώ και στο εξής για λόγους συντομίας η εταιρεία Hewlett-Packard θα αναφέρεται ως “HP”. Επίσης θα αναφέρουμε τον συνδυασμό στρατηγικών που έχει ακολουθήσει με την πάροδο των χρόνων από την ίδρυση της μέχρι και σήμερα.

Ακολουθεί ανάλυση Pest και Swot και τέλος ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με τις προτιμήσεις επιλογής των προϊόντων της εταιρείας καθώς και με την ικανοποίησή τους μετά την αγορά του προϊόντος από πελάτες της HP.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου έγινε με το πρόγραμμα SPSS.

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:**

## **ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ**

### **1.1 Στρατηγική**

Η λέξη στρατηγική <sup>1</sup> προέρχεται από την αρχαία Ελλάδα , από τις λέξεις στρατός και ηγούμαι και στην οικονομία χρησιμοποιείται σαν σχέδιο δράσης μιας επιχείρησης, που επικεντρώνεται σε μακροχρόνιο πλαίσιο. Πιο συγκεκριμένα είναι ο τρόπος στον οποίο χρησιμοποιούνται τα υπάρχοντα μέσα -όπως κεφάλαια, υλικοί πόροι και ανθρώπινο δυναμικό- σε μια επιχείρηση για να επιτευχθούν αντικειμενικοί στόχοι είτε για μια τρέχουσα στρατηγική είτε για μια μελλοντική στρατηγική σχεδίαση.

#### **1.1.1 Αναγκαιότητα της στρατηγικής στις επιχειρήσεις**

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εξέλιξη μιας επιχείρησης, σε βαθμό όπου θα μπορεί να θεωρείται ανταγωνιστική και σε μια προσπάθεια να εκτοπίσει τον ανταγωνισμό, θεωρείται απαραίτητο ένα στρατηγικό πλάνο. Η διαφοροποίηση του στρατηγικού πλάνου εξαρτάται από την εκάστοτε επιχείρηση και ποικίλη ανάλογα με τις δραστηριότητες της κάθε επιχείρησης.

Για να θεωρηθεί ανταγωνιστική μια επιχείρηση χρειάζεται να αναπτύξει εσωτερικά θεμελιώδεις ικανότητες οι οποίες θα την οδηγήσουν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της.

#### **1.1.2 Θεμελιώδεις Ικανότητες**

Μια θεμελιώδεις ικανότητα απορρέει από τη σωστή διαχείριση πόρων της επιχείρησης, οι οποίοι πόροι μπορεί να είναι υλικοί αλλά και άυλοι. Η σωστή διαχείριση λοιπόν πόρων επιφέρει ορισμένες ικανότητες και συνδυάζοντας τις ικανότητες αυτές η επιχείρηση μπορεί να είναι σε θέση να δημιουργήσει προϊόντα ή και ικανότητες που είναι δύσκολο για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις να αντιγράψουν.

Εφόσον δηλαδή υπάρχει ένα καινοτόμο προϊόν (ή υπηρεσία) το οποίο δεν μπορεί να αντιγραφεί από τους ανταγωνιστές, η επιχείρηση αποκτά κατευθείαν ένα διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών. Μια εταιρεία μπορεί να καταφέρει να καινοτομήσει:

---

<sup>1</sup><https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE>



- αλλάζοντας τις δραστηριότητες της.
- σχεδίαση από την αρχή των ορίων σε τομείς δραστηριοτήτων.
- εκ νέου δημιουργία τομέων δραστηριοτήτων. (Παπαδάκης, 2007).

## 1.2 Είδη στρατηγικής<sup>2</sup>

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία υπάρχουν άπειρα είδη στρατηγικών, αλλά θα αναφερθούν επιγραμματικά μερικές από τις στρατηγικές σταθερότητας, τις στρατηγικές ανάπτυξης, τις στρατηγικές αναστροφής/διάσωσης και τις ανταγωνιστικές στρατηγικές.

### 1.2.1 Στρατηγικές σταθερότητας

Οι στρατηγικές σταθερότητας χρησιμοποιούνται όταν οι πόροι της επιχείρησης χρησιμοποιούνται με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να βελτιωθούν τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα. Υπάρχουν τέσσερις επιλογές για στρατηγικές σταθερότητας:

- η στρατηγική καμίας αλλαγής όπου εφόσον δεν έχει γίνει αλλαγή στο εξωτερικό περιβάλλον συνεχίζει να ισχύει η στρατηγική που χρησιμοποιούσε μέχρι τώρα η επιχείρηση.
- Η στρατηγική συγκομιδής κερδών όπου θυσιάζεται η μελλοντική ανάπτυξη για να έχει η επιχείρηση άμεσα κέρδη.
- Στρατηγικό διάλειμμα όπου η επιχείρηση προσπαθεί να ανακατατάξει το εσωτερικό της για να αποφύγει την αναποτελεσματικότητα ειδικότερα μετά από συγχωνεύσεις ή εξαγορές.
- Στρατηγική με προσεκτικά βήματα όπου η επιχείρηση είναι σε αναμονή λόγω άγνοιας εξελίξεων στο εξωτερικό περιβάλλον

### 1.2.2 Στρατηγικές ανάπτυξης

Οι στρατηγικές ανάπτυξης είναι οι στρατηγικές τις οποίες θα χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση για να αναπτύξει τις πωλήσεις, τα κεφάλαια ή και τα κέρδη της. Οι επιλογές που έχει είναι:

- Κάθετη ή οριζόντια ολοκλήρωση, όπου στην κάθετη ολοκλήρωση η επιχείρηση προσπαθεί μέσω εξαγοράς ή συγχώνευσης να επεκταθεί μπροστά ή πίσω ενώ η οριζόντια ολοκλήρωση εξαγοράζει ή συγχωνεύεται με επιχειρήσεις στο ίδιο επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής.

---

<sup>2</sup> Παπαδάκης 2007

- ii. Συσχετισμένη ή ασυσχέτιστη διαφοροποίηση, όπου στην συσχετισμένη διαφοροποίηση οι δραστηριότητες της επιχείρησης σχετίζονται μεταξύ τους ως προς την τεχνολογία, τον τρόπο παραγωγής ή τον τρόπο προώθησης προϊόντων ενώ στην ασυσχέτιστη διαφοροποίηση οι δραστηριότητες της επιχείρησης δεν σχετίζονται η μια με την άλλη.
- iii. Διείσδυση στην αγορά όπου αποφασίζεται η διάθεση πόρων για να,  
- αυξηθεί η χρήση στο προϊόν από τους πελάτες που ήδη αγοράζουν το προϊόν.  
- προσπαθήσει να απορροφήσει τους πελάτες των ανταγωνιστών με χαμηλότερες τιμές για το ίδιο προϊόν.  
- προσπαθήσει να απορροφήσει καινούριους πελάτες με δωρεάν δείγματα, νέα χρήση προϊόντος ή προσφορές.
- iv. Ανάπτυξη αγοράς ή προϊόντος όπου η επιχείρηση προσπαθεί να αναπτυχθεί είτε γεωγραφικά σε μια προσπάθεια να προσελκύσει καινούριους πελάτες από διαφορετικό τμήμα της αγοράς είτε προσπαθεί να αναπτύξει καινούρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, να παράγει δηλαδή διάφορες παραλλαγές μέσω πολλαπλασιασμού του προϊόντος.

### 1.2.3 Στρατηγικές αναστροφής / διάσωσης

Οι στρατηγικές αναστροφής / διάσωσης δεν χρησιμοποιούνται απαραίτητα μόνο για την αντιμετώπιση προβλημάτων αλλά και για την πρόληψη πιθανών προβλημάτων. Οι κυριότερες είναι:

1. Ανόρθωση όπου η επιχείρηση περικόπτει έξοδα όπου
  - το συνηθέστερο είναι με μαζικές απολύσεις προσωπικού,
  - εκποιεί αχρείαστα περιουσιακά στοιχεία
  - προσλαμβάνονται καινούρια στελέχη

Το επόμενο βήμα είναι να σταθεροποιήσει τις λειτουργίες της για να μπορέσει να βελτιώσει τα κέρδη της. Αργότερα μετά τις περικοπές και τη σταθεροποίηση, η επιχείρηση μπορεί να προβεί σε ανάπτυξη.

2. Αποεπένδυση όπου η επιχείρηση πωλεί τμήμα ή τμήματα της.
3. Αιγμάλωτη επιχείρηση είναι η επιχείρηση που αποφασίζει να μειώσει τις δραστηριότητες της και να εξαρτάτε από μια άλλη επιχείρηση συνήθως μεγαλύτερη, στην οποία και συμμορφώνεται σύμφωνα με τις απαιτήσεις της με ένα μακροχρόνιο συμβόλαιο συνεργασίας.
4. Ρευστοποίηση είναι η έσχατη λύση γιατί διασπώνται όλα τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης και πωλούνται.

#### 1.2.4 Ανταγωνιστικές στρατηγικές

Οι ανταγωνιστικές στρατηγικές διαχωρίζονται σε 3 βασικές,

την ηγεσία κόστους όπου η επιχείρηση προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες με χαμηλότερη τιμή από τον ανταγωνιστή,

τη διαφοροποίηση όπου η επιχείρηση προσπαθεί να προσφέρει ένα μοναδικό και ποιοτικό προϊόν (ή υπηρεσίες) και

την εστίαση, όπου η επιχείρηση επιλέγει την ηγεσία κόστους ή τη διαφοροποίηση, με τη διαφορά ότι επικεντρώνεται σε ένα τμήμα της αγοράς αντί για το σύνολο.

#### 1.3 Downsizing

Όταν μια επιχείρηση αποφασίζει ότι πρέπει να περικόψει έξοδα με την σταδιακή απόλυση συγκεκριμένου αριθμού προσωπικού οι οποίοι αργότερα μπορεί να επαναπροσληφθούν.

Εφαρμόζεται και να αυξηθούν τα κέρδη της επιχείρησης χωρίς απαραίτητα να σημαίνει ότι έχει πρόβλημα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ HP<sup>3</sup> ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕΙ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ**

#### **2.1 Ιστορικό της HP**

Η HP, η μεγαλύτερη εταιρεία τεχνολογίας στον κόσμο, απλοποιεί την χρήση της τεχνολογίας για καταναλωτές και επιχειρήσεις, με μια σειρά προϊόντων που καλύπτει την εκτύπωση, τη χρήση προσωπικού υπολογιστή, το λογισμικό, τις υπηρεσίες και την υποδομή IT.

Η Hewlett-Packard ή HP όπως είναι ευρύτερα γνωστή είναι μια εταιρεία που εδρεύει στο Palo Alto της California στις ΗΠΑ και δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 170 χώρες σε όλο τον κόσμο και 300,000 εργαζομένους. Η HP ειδικεύεται στην ανάπτυξη και κατασκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών, μεσών αποθήκευσης, υλικού δικτύωσης, λογισμικού και υπηρεσιών. Οι σημαντικές σειρές προϊόντων της περιλαμβάνουν προσωπικούς υπολογιστές και τα αξεσουάρ τους, μέσα αποθήκευσης, εκτυπωτές και τα αντίστοιχα μελάνια τους, και άλλων προϊόντων. Άλλες σειρές προϊόντων περιλαμβάνουν επαγγελματικού και βιομηχανικού τύπου διακομιστές (servers) καθώς ηλεκτρονικό εξοπλισμό δοκιμής συστημάτων και ιατρικό ηλεκτρονικό εξοπλισμό.

#### **Δεκαετία του 1930**

Ο William (Bill) Hewlett και ο David (Dave) Packard αποφοίτησαν ηλεκτρολόγοι μηχανικοί από το Πανεπιστήμιο του Στάνφορντ το 1935. Μετά την αποφοίτησή τους αποφάσισαν να κάνουν ένα ταξίδι αναψυχής για ψάρεμα και κατασκήνωση στα βουνά του Colorado, στη διάρκεια του οποίου έγιναν στενοί φίλοι.

Η εταιρεία ξεκίνησε σε ένα γκαράζ στο Palo Alto κατά τη διάρκεια μιας υποτροφίας που είχαν με τον πρώην τους καθηγητή Frederick Terman στο Στάνφορντ στη Μεγάλη Ύφεση του 1929 ο οποίος θεωρήθηκε ο βασικός μέντορας τους για τη διαμόρφωση της Hewlett-Packard. Το 1939, στο γκαράζ του Packard, οι Packard και Hewlett ιδρύουν τη Hewlett-Packard με αρχικό κεφάλαιο επένδυσης των \$538 και ενός μεταχειρισμένου –τρυπανιού. Οι Hewlett και Packard έστριψαν ένα νόμισμα για να αποφασίσουν αν η εταιρεία που ιδρύθηκε θα ονομαζόταν Hewlett-Packard ή Packard-Hewlett. Ο Packard κέρδισε το στοίχημα κέρματος, αλλά ονόμασαν τη

---

<sup>3</sup> <http://www8.hp.com/us/en/hp-information/about-hp/history/hp-timeline/timeline.html>  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard>  
<http://www8.hp.com/us/en/hp-information/about-hp/history/innovation-gallery.html>

νεοσύστατη επιχείρηση κατασκευής ηλεκτρονικών ειδών "Hewlett-Packard Company".

Η HP συστάθηκε στη 1η Ιανουαρίου 1939. Εργάστηκαν σε πολλά έργα μέχρι το πρώτο οικονομικά επιτυχημένο προϊόν που ήταν ένας ακριβής ταλαντωτής ήχου, με μοντέλο HP200A. Το συγκεκριμένο όργανο χρησιμοποιήθηκε για την δοκιμή συστημάτων ήχου. Η καινοτομία του ήταν η χρήση ενός μικρού ηλεκτρικού λαμπτήρα πυρακτώσεως σαν μια θερμοεξαρτώμενη αντίσταση σε ένα κρίσιμο τμήμα του κυκλώματος. Αυτό τους επέτρεψε να πωλήσουν το μοντέλο 200A για \$54,40 όταν οι ανταγωνιστές τους πωλούσαν λιγότερο σταθερούς ταλαντωτές για πάνω από \$200. Το μοντέλο της σειράς 200 συνεχίστηκε τουλάχιστον μέχρι το 1972, σχεδόν 33 χρόνια, έως ότου το βελτιωμένο με την πάροδο των ετών 200AB το αντικατέστησε. Το 1940 η Walt Disney Company αγόρασε οκτώ 200B ταλαντωτές για 71,50 δολάρια τον καθένα.

### **Δεκαετία του 1940-1950**

Η εταιρεία αποκτά δικά της κτίρια και μετακινείται από το γκαράζ του Dave. Καθώς η HP μεγαλώνει οι Bill Hewlett και Dave Packard δημιούργησαν ένα τρόπο διοίκησης που αποτελεί τη βάση της γνωστής ανοιχτής εταιρικής κουλτούρας της HP και επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο αργότερα λειτουργούν οι διάφορες εταιρίες τεχνολογικών προϊόντων.

Οι Bill και Dave παρέχουν ιατρική ασφάλιση σε όλους τους εργαζόμενους και πραγματοποιούν τακτικά πάρτι και πικνίκ για τους υπαλλήλους τους.

Επίσης, αποφασίζουν ότι οι υπάλληλοι της πρέπει να μοιράζονται την επιτυχία της εταιρείας γι' αυτό και καταβάλει στους εργαζομένους της το ποσό \$5 για το δώρο Χριστουγέννων. Επίσης καταγράφονται οι πρώτες φιλανθρωπικές δωρεές \$5 σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις. Ο Bill υπηρετεί ως αξιωματικός του Αμερικανικού Στρατού μέχρι το 1947 ενώ υπεύθυνος είναι ο Dave. Αρχίζει η κατασκευή του πρώτου κτιρίου της HP. Η εταιρεία θεσπίζει ένα πρωτοποριακό σχέδιο ασφάλισης υγείας για όλους τους εργαζομένους. Οι Dave και Packard σχεδιάζουν ένα βολτόμετρο, το HP400A, που δίνει πρωτοφανή αξιοπιστία σε χαμηλότερη τιμή από τον ανταγωνισμό.

Το 1943 η HP εισέρχεται στο πεδίο μικροκυμάτων με γεννήτριες σημάτων και ο τομέας αυτός κάνει την εταιρεία ηγέτη στις γεννήτριες σήματος. Η HP ενσωματώνεται το 1947. Ο Dave γίνεται πρόεδρος και ο Bill αντιπρόεδρος. Ο κατάλογος της HP περιέχει 39 προϊόντα.

Το 1953 ο υψηλής ταχύτητας μετρητής συχνότητας (high - speed frequency counter HP 524A) μειώνει σημαντικά το χρόνο που απαιτείται, από περίπου 10 λεπτά για ένα ή δύο δευτερόλεπτα για τη μέτρηση υψηλών συχνοτήτων. Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί χρησιμοποιούν το HP 524A για να ρυθμίσουν με ακρίβεια τις συχνότητες να συμμορφώνονται με τους κανονισμούς της FCC για τη σταθερότητα των συχνοτήτων, μετρώντας δις σε έσοδα με την πάροδο του χρόνου.

Το 1956 η εταιρεία παράγει παλμογράφους (130A/150A). Οι παλμογράφοι δείχνουν τις διακυμάνσεις σε μια ασταθής ποσότητα ηλεκτρικού κύματος ως μορφές που εμφανίζονται στην οθόνη, θα αποτελέσουν ένα σημαντικό μέρος των προϊόντων της HP που αφορούν δοκιμές και μετρήσεις .

Η HP δημοσιοποιείται με αρχική δημόσια προσφορά \$16 ανά μετοχή το 1957. Οι στόχοι της εταιρείας καλύπτουν τα επτά σημεία: το κέρδος, τους πελάτες, τους τομείς ενδιαφέροντος, την ανάπτυξη, τον λαό, τη διαχείριση και την εθνικότητα. Το "HP Way" αποτελεί τη βάση του τρόπου διοίκησης της HP. Η HP αρχίζει να κατασκευάζει στο πρώτο κτίριο στο Stanford Research Park, Palo Alto, δημιουργώντας ένα περιβάλλον για να μεγιστοποιήσει την δημιουργικότητα και την άνεση στους εργαζομένους.

Η HP κάνει την πρώτη της απόκτηση το 1958, την FL MOSELEY εταιρεία παραγωγός της υψηλής ποιότητας γραφικών καταγραφής. Αυτό σηματοδοτεί την είσοδο της HP στους σχεδιογράφους (plotters). Η εταιρεία προχωρά σε διάσπαση δομής με κάθε ομάδα προϊόντων να γίνεται ένας αυτό-τροφοδοτούμενος οργανισμός ο οποίος είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη, την παραγωγή και την εμπορία των προϊόντων της. Επίσης, ο Dave συντάσσει 11 απλούς κανόνες οι οποίοι αφορούν την συμπεριφορά απέναντι συναδέλφων και γενικότερα στις ανθρώπινες δεξιότητες.

Το 1959 η HP είναι μία παγκόσμια εταιρεία η οποία έχει αποκτήσει ένα ευρωπαϊκό κέντρο εμπορίας στη Γενεύη στην Ελβετία, καθώς και μια μονάδα παραγωγής στην Boeblingen, Γερμανία. Από αυτή τη βάση, σταθερά η HP επεκτείνει τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Αποκτά την Boonton Radio Corporation η οποία διευρύνει τη σειρά προϊόντων περιλαμβάνοντας και συσκευές για τη μέτρηση της αντίστασης πλοήγησης αεροσκαφών και εξοπλισμούς δοκιμής.

### **Δεκαετία του 1960**

Το 1961 η HP μπαίνει στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης για πρώτη φορά στις 17 Μαρτίου. (NYSE - New York Stock exchange). Η εταιρεία επεκτείνει στον ιατρικό τομέα με την αγορά της Sanborn Company.

Για πρώτη φορά, η HP μπαίνει στην λίστα των κορυφαίων 500 εταιρειών των ΗΠΑ του περιοδικού Fortune το 1962. Καταλαμβάνει την θέση με αριθμό 460 και συνεχίζει να ανεβαίνει στην ετήσια κατάταξη μέσα στις επόμενες δεκαετίες.

Η HP εισέρχεται στην αγορά της Ασίας με την πρώτη κοινή επιχείρηση Yokogawa Hewlett-Packard (YHP), στο Τόκιο, Ιαπωνία, με την Yokogawa Electric Works. Τα προϊόντα δεν είχαν απήχηση λόγω των τιμών των προϊόντων εξαιτίας του υψηλού κόστους παραγωγής.

Το 5100A, συνθεσάιζερ συχνοτήτων ήταν ένα από τα πιο σύνθετα όργανα που έχουν αναπτυχθεί από την εταιρεία μέχρι εκείνη την εποχή. Το μοντέλο αυτό μπορεί να παράγει το έργο μιας ολόκληρης σειράς οργάνων με τη μεγαλύτερη ακρίβεια. Το 5100A χρησιμοποιείται για την αυτοματοποιημένη δοκιμή, προηγμένων συστημάτων επικοινωνιών.

Η HP γιορτάζει την 25η επέτειο το 1964. Ο Dave Packard εκλέγεται διευθύνων σύμβουλος και ο Bill Hewlett εκλέγεται πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου.

Τα ιδιαίτερα ακριβή HP 5060 Αακτίνας-καισίου (cesium-beam), ατομικά ρολόγια ήταν σχεδιασμένα για να διατηρούν την ακρίβεια τους για 3000 χρόνια, με μόλις ένα δευτερόλεπτο λάθος. Ο αναλυτής φάσματος (8551) δημιουργείται, ο οποίος σύντομα γίνεται προϊόν που επιφέρει 1 εκατομμύριο το μήνα στην επιχείρηση. Το ιδιωτικό ίδρυμα David Lucile Packard δημιουργείται την ίδια χρονιά.

Τα HP Laboratories δημιουργήθηκαν από έναν επιστήμονα και λειτούργησαν σαν κεντρικές ερευνητικές εγκαταστάσεις της εταιρείας ξεκινώντας μια μακρά ιστορία ως ένα από τα μεγαλύτερα παγκοσμίως εμπορικά κέντρα έρευνας. Κατά την διάρκεια των χρόνων, από το ταπεινό ξεκίνημα μέχρι σήμερα υπάρχουν πολλά εργαστήρια ανά τον κόσμο που βρίσκονται στο Bristol, UK (1984), στο Τόκιο, Ιαπωνίας (1990), Haifa, Ισραήλ (1994), στο Bangalore στην Ινδία (2002), στην Κίνα στο Πεκίνο (2005) και στην Αγία Πετρούπολη Ρωσία (2007).

Την ίδια χρονιά εισάγεται το πρώτο computer της HP το HP2116A. Το 2116A είναι το μεγαλύτερο ενιαίο πακέτο μηχανικής της HP που έχει κατασκευαστεί μέχρι σήμερα και σηματοδοτεί την πρώτη χρήση ολοκληρωμένων κυκλωμάτων από την HP. Το πρώτο 2116A πωλείται στο Ωκεανογραφικό Ινστιτούτο Woods Hole και χρησιμοποιούνται πάνω σε ένα ερευνητικό σκάφος σε αλμυρό περιβάλλον για περισσότερο από 10 χρόνια. Η εταιρεία παράγει LEDs, διόδους εκπομπής φωτός που θα αποδειχθούν χρήσιμες για αλφαριθμητικά σε συσκευές χειρός, συσκευές σήμανσης (φανάρια) και φωτισμού των αυτοκινήτων.

Οι μηχανικοί της HP πετούν, με τα ατομικά ρολόγια που έχουν αναπτυχθεί, σε 18 χώρες σε μια αποστολή για να συγχρονιστούν τα διεθνή πρότυπα χρόνου.

Το 1968 η HP εισάγει τη πρώτη στον κόσμο επιτραπέζια επιστημονική αριθμομηχανή, την HP 9100A η οποία εκτελεί πολύπλοκους υπολογισμούς. Είναι 10 φορές πιο γρήγορη από τα περισσότερα μηχανήματα στην επίλυση προβλημάτων της επιστήμης και της μηχανικής. Η HP ενσωματώνει την δίοδο εκπομπής φωτός (LED) στις αλφαριθμητικές οθόνες και ενσωματώνονται στις πρώιμες αριθμομηχανές της HP. Συνεχίζοντας την ανάπτυξη και την επέκταση, η HP ανοίγει μια μονάδα παραγωγής στο San Diego, California.

Ο Dave διορίζεται ΗΠΑ υφυπουργός άμυνας το 1969 μέχρι το 1971. Χρησιμοποιεί τις διαχειριστικές δεξιότητές του για να εισάγουν νέες τελειοποιήσεις στις στρατιωτικές προμήθειες.

### **Δεκαετία του 1970**

Το 1971 η HP παράγει ένα όργανο μέτρησης με λέιζερ και δυνατότητα μέτρησης σε εκατομμυριοστά της ίντσας. Ιδανικό εργαλείο για ακρίβεια, τοποθετεί την HP σαν ηγέτη στην αγορά, παγκόσμια.

Το 1972 εισάγετε η πρώτη στον κόσμο επιστημονική αριθμομηχανή χειρός, το HP - 35. Το 2000, το Forbes ASAP ονομάζει την αριθμομηχανή σαν ένα από τα 20 προϊόντα όλων των εποχών που άλλαξαν τον κόσμο. Η HP επεκτείνεται με τον πρώτο γενικής χρήσης υπολογιστή, τον HP 3000, ο οποίος εισάγει την εποχή της καταναμημένης επεξεργασίας δεδομένων.

Η πρωτοπόρα HP εφεύρει την έννοια του ευέλικτου ωραρίου εργασίας (flextime) το οποίο επιτρέπει στους εργαζόμενους ευέλικτο καθημερινό δώρο που εφαρμόζεται σε όλες τις εγκαταστάσεις της HP στις ΗΠΑ το 1973, δίνοντας την δυνατότητα στους εργαζομένους να αφιερώνουν χρόνο στις οικογένειές τους και να επιλύσουν προσωπικά προβλήματα.

Οι Bill και Dave περνάνε τακτικά από τους χώρους εργασίας των εργαζομένων με μια προσέγγιση που έγινε γνωστή ως «management by walking around». Η HP πάντα ενθάρρυνε την ανοιχτή αλληλεπίδραση μεταξύ των εργαζομένων.

Το 1974 εισάγει το πρώτο μινι-υπολογιστή τσέπης στον κόσμο που μπορεί να προγραμματιστεί, το HP -65, για \$795.

Η HP απλοποιεί τα συστήματα οργάνων, με τη δημιουργία ενός προτύπου διεπαφής το 1975. Η βιομηχανία ηλεκτρονικών εκδίδει το HP-IB (interface bus) ως ένα διεθνές πρότυπο που επιτρέπει σε ένα ή περισσότερα όργανα να συνδεθούν εύκολα σε έναν υπολογιστή.

Το 1978 ο Bill θα συνταξιοδοτηθεί ως πρόεδρος και στη θέση του τον διαδέχεται ο John Young.

Το 1979 δημιουργείται το ίδρυμα της εταιρείας το οποίο χορηγεί υποτροφίες για παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας σε κοινότητες που έχουν πληγεί από καταστροφές στο οποίο συνεισφέρουν και οι υπάλληλοι της εταιρείας.

### **Δεκαετία του 1980**

Ο πρώτος προσωπικός υπολογιστής, το HP-85 παρουσιάζεται στην αρχή της δεκαετίας.

Τα προϊόντα της HP γίνονται και επίσημα διαθέσιμα την επόμενη χρονιά στην Κίνα όταν η Hewlett-Packard Κίνας ανοίγει γραφείο στο Πεκίνο. Την ίδια χρονιά εισάγει την επαγγελματική αριθμομηχανή, HP -12C, που θα γίνει οικονομικό πρότυπο και θα εξακολουθεί να πωλείται μέχρι και σήμερα.

Το 1982 γίνονται πρόοδοι στον τομέα υπολογιστών για επιχειρηματικούς σκοπούς όταν εισάγει τον τεχνικό υπολογιστή HP 9000 με 32-bit "superchip" τεχνολογία. Το πρώτο "Desktop mainframe", είναι τόσο ισχυρό, όσο οι υπολογιστές μεγέθους δωματίου της δεκαετίας του 1960.

Εισάγεται ο πρώτος υπολογιστής χειρός, ο HP-75C με 16K RAM και 48K ROM τρέχει BASIC και VisiCalc και μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί ως ένα ρολόι για



την ειδοποίηση συναντήσεων. Το HP-75 ζυγίζει μόνο 737 γραμμάρια, προσφέρει 50 λειτουργίες και στοιχίζει \$995.

Η Yokogawa Hewlett-Packard κερδίζει το διάσημο Deming βραβείο ποιότητας.

Εισάγετε η πρώτη οθόνη αφής των σταθερών ηλεκτρονικών υπολογιστών, η HP 150 . Στον Bill Hewlett απονέμεται το National Medal of Science, που είναι η ανώτατη επιστημονική τιμή, «για τα πρωτοποριακά του επιτεύγματα στη δημιουργία και κατασκευή ηλεκτρονικών και των ημιαγωγών καθώς και ηλεκτρονικών δοκιμαστικών οργάνων».

Η θερμική inkjet τεχνολογία που αναπτύσσεται στην HP εισάγεται σε ένα υψηλής ποιότητας, χαμηλής τιμής προσωπικό εκτυπωτή, στο HP ThinkJet το 1984. Με την πολύ ανώτερη ποιότητα εκτύπωσης και φθηνή τιμή, το ThinkJet βάζει τέλος στους θορυβώδεις εκτυπωτές dot-matrix. Μικραίνοντας την τεχνολογία και προσφέροντας την με τη μορφή ενός προσωπικού εκτυπωτή, η HP είναι σε θέση να προσφέρει καλύτερη ποιότητα εκτύπωσης από την σειριακή εκτύπωση ακίδων, λιγότερο θορυβώδη λειτουργία, εξαιρετικά χαμηλή κατανάλωση ενέργειας και τελικά, υψηλής ποιότητας, χαμηλού κόστους χρώμα. Οι σημερινοί εκτυπωτές inkjet της HP συνεχίζουν να παρέχουν τεχνολογικές καινοτομίες σε ολοένα αυξανόμενες τιμές.

Η HP εισάγει επίσης τον HP LaserJet εκτυπωτή-το πλέον πιο επιτυχημένο προϊόν της εταιρείας που κυκλοφορεί στην αγορά στην τιμή των \$3,500. Με δυνατότητα εκτύπωσης στα 300 dpi, ο LaserJet γρήγορα γίνεται ο πιο δημοφιλής laser εκτυπωτής.

Η China Hewlett-Packard (CHP), γίνεται η πρώτη υψηλή κοινή επιχείρηση τεχνολογίας στην Κίνα το 1985.

Η HP είναι η πρώτη μεγάλη εταιρεία ηλεκτρονικών υπολογιστών που εισάγει μια αρχιτεκτονική ακρίβειας βασισμένη σε μειωμένο σύνολο υπολογιστικών εντολών (RISC). Η οικογένεια των συστημάτων της HP Precision αρχιτεκτονικής σηματοδοτεί την πρώτη εμπορική εφαρμογή της αρχιτεκτονικής RISC. Η χρήση των μικροεπεξεργαστών RISC καθιστά δυνατούς υπολογιστές ταχύτερους και λιγότερο δαπανηρούς.

Το 1987 ο Bill Hewlett συνταξιοδοτείται από αντιπρόεδρος του συμβουλίου της HP και ονομάζεται επίτιμος διευθυντής. Η HP αρχίζει πρόγραμμα ανακύκλωσης.

Ο εκτυπωτής HP DeskJet κάνει το ντεμπούτο του το 1988. Ο DeskJet προσφέρει εκτύπωση απλού χαρτιού και ανάλυση εκτύπωσης σύμφωνα με τα βιομηχανικά πρότυπα και γίνεται πρώτο σε πωλήσεις με μαζικές αγορές.

Το 1989 το γκαράζ που ξεκίνησαν την επιχείρηση γίνεται ιστορικό ορόσημο, γιορτάζοντας την 50 χρόνια επέτειο λειτουργίας της HP.

### **Δεκαετία του 1990**

Η HP ξεκινάει ένα πρόγραμμα ανακύκλωσης για τα μελάνια εκτύπωσης του HP LaserJet το 1991. Η HP κάνει προόδους σε φορητούς υπολογιστές με την εισαγωγή

του HP 95LX palmtop PC, ο πρώτος palmtop προσωπικός υπολογιστής της HP. Ζυγίζει μόνο 311 γραμμάρια, το HP LX 95 έχει περίπου το μέγεθος μιας μεγάλης αριθμομηχανής τσέπης, αλλά διαθέτει τη μεγαλύτερη υπολογιστική ισχύ, όπως ένας επιτραπέζιος προσωπικός υπολογιστής.

Εισάγεται το χρώμα στο DeskJet 500C, κάτι το οποίο δημιουργεί μια επανάσταση στην έγχρωμη εκτύπωση. Μέχρι αυτό το σημείο οι έγχρωμοι εκτυπωτές ήταν ακριβοί αλλά ο DeskJet δίνει στους πελάτες μια επιλογή φθηνής έγχρωμης εκτύπωσης.

Το 1993 ο Lew Platt εκλέγεται Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος και μέλος του διοικητικού συμβουλίου στην θέση του Dave ο οποίος συνταξιοδοτείται. Επίσης εισάγετε το 3-round HP OmniBook 300 , ένας προσωπικός υπολογιστής με μπαταρία. Η εταιρεία λανσάρει τον 10 εκατομμυριοστό του εκτυπωτή HP LaserJet.

Τα HP Labs παράγουν τις λαμπρότερες LED (διόδους εκπομπής φωτός) στον κόσμο το 1994, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε οχήματα, οδική κυκλοφορία, τα σήματα ελέγχου και τα πάνελ κινούμενων μηνυμάτων. Η HP ξεκινάει συνεργασία με την Intel για την ανάπτυξη μιας κοινής 64-bit αρχιτεκτονικής μικροεπεξεργαστή για τους υπολογιστές του 21ου αιώνα · σαν νέος επεξεργαστής που ονομάζεται πλέον Itanium και εισάγεται το 2001.

Η HP εισάγει τον HP OfficeJet έναν προσωπικό εκτυπωτή-φαξ-αντιγραφικό, ένα προϊόν που εξοικονομεί χώρο και έχει σχεδιαστεί ειδικά για τους επαγγελματίες χρήστες στο σπίτι-γραφείο. Προσφέρει στις επιχειρήσεις μια οικονομική αποδοτική εναλλακτική λύση από την εκτύπωση σε καταστήματα

Οι HP Pavilion υπολογιστές σηματοδοτούν την ιδιαίτερα επιτυχημένη εισαγωγή της εταιρείας στην αγορά του υπολογιστή σπιτιού. Το 1995 ο Dave Packard δημοσιεύει το βιβλίο The HP Way. Ο πρώτος μικρός χαμηλού κόστους και υψηλής ταχύτητας πομποδέκτης υπέρυθρων ακτινών επιτρέπει την ασύρματη ανταλλαγή δεδομένων, σε εφαρμογές όπως τηλέφωνα, υπολογιστές, εκτυπωτές, ταμειακές μηχανές, ATM, ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές κ.α.

Ο συνιδρυτής Dave Packard πεθαίνει το 1996. Πέντε χρόνια μετά την έναρξη του πρόγραμματος ανακύκλωσης των μελανιών του LaserJet, η HP ανακυκλώνει το 10 εκατομμυριοστό HP LaserJet δοχείο εκτύπωσης.

Το 1997 επεκτείνετε το πρόγραμμα ανακύκλωσης για να συμπεριλάβει τα μελάνια εκτύπωσης του inkjet HP. Τα HP Labs παρέχουν αγωγό καινοτομιών απεικόνισης για τα προϊόντα και υπηρεσίες της εταιρείας που αφορούν προσαρμοζόμενο φωτισμό, ισορροπία χρώματος και αυτόματα αφαίρεση κόκκινων ματιών σε ψηφιακές φωτογραφίες.

Το πρώτο PDA (Personal Digital Assistant) εισάγετε το 1998. Το Jornada 820 palmtop PC τρέχει Windows CE, ως λειτουργικό σύστημα με 10 ώρες μπαταρία.

Το διοικητικό συμβούλιο ανακοινώνει την απόφασή του να δημιουργήσει μια νέα εταιρεία από την υπάρχουσα οργάνωση της HP την Agilent Technologies που αποτελείται από την προηγούμενη εμπειρία της HP στο τομέα της μέτρησης, της

χημικής ανάλυσης και των ιατρικών επιχειρήσεων. Η HP διατηρεί τις επιχειρήσεις της στον τομέα των ηλεκτρονικών υπολογιστών, της εκτύπωσης και απεικόνισης.

Ο Lew Platt συνταξιοδοτείται, και η HP αναδεικνύει την Carleton (Carly) S. Fiorina ως Πρόεδρο και Διευθύνων Σύμβουλο. Εισάγεται το πρώτο Jornada τσέπης, το 420, ο πρώτος υπολογιστής τσέπης με έγχρωμη οθόνη βασισμένος σε Windows CE.

Η εταιρεία αγοράζει το μερίδιο της Yokogawa Electric Works από την συγχώνευση που είχαν κάνει το 1963.

## **Ο 21ος αιώνας**

Η HP κινείται στη θέση 13 της λίστας του Fortune. Η HP ολοκληρώνει την εκποίηση της Agilent Technologies η οποία είναι πλέον μία πλήρως ανεξάρτητη εταιρεία. Η Carly Fiorina αναλαμβάνει πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου. Η HP σηματοδοτεί προόδους στον τομέα της υποδομής του Διαδικτύου, με την εισαγωγή του τελευταίας τεχνολογίας Superdome server line.

Ο συνιδρυτής Bill Hewlett πεθαίνει το 2001. Η HP δημιουργεί μια νέα επιχειρηματική μονάδα, την HP Services η οποία δίνει αναφορά απευθείας στον CEO. Η νέα οργάνωση περιλαμβάνει IT consulting, outsourcing, υποστήριξη, εκπαίδευση και ανάπτυξη λύσεων.

Η HP εισάγει τα συστήματα και τις υπηρεσίες που βασίζονται στο νέο Itanium επεξεργαστή που αναπτύχθηκε από κοινού από την HP και την Intel από το 1981.

Η HP και Compaq συγχωνεύονται. Η καινούρια εταιρεία εξυπηρετεί πάνω από ένα δις πελάτες σε περισσότερο από 160 χώρες και το λογότυπο αλλάζει σε HPQ.

Η HP ανακοινώνει ανακαλύψεις στο τομέα της μοριακής ηλεκτρονικής και συνεχίζει τις προσπάθειες στον αναδυόμενο τομέα της νανοτεχνολογίας.

Η HP εξαγοράζει την Indigo, ηγετική εμπορική και βιομηχανική εταιρεία συστημάτων εκτύπωσης. Η εξαγορά επεκτείνει τα συστήματα εκτύπωσης της HP πέραν της inkjet και LaserJet τεχνολογίας σε μια τρίτη τεχνολογία γρήγορης έγχρωμης εκτύπωσης.

Τα HP Labs βοηθούν την Αμερικάνικη κυβέρνηση να καταπολεμήσει τους παραχαράκτες χρησιμοποιώντας τις γνώσεις τους στις επεξεργασίες της εικόνας, την διαχείριση χρωμάτων και διαφόρων άλλων πληροφοριών για να καταλήξουν σε μεθόδους αποτροπής παραχάραξης χαρτονομισμάτων. Η HP ανακοίνωσε μια "έξυπνη" λύση ψύξης για τη μείωση της χρήσης ενέργειας στα κέντρα δεδομένων σώζοντας εκατομμύρια.

Η HP κερδίζει το βραβείο Corporate innovation από το Ινστιτούτο Ηλεκτρολόγων και Ηλεκτρονικών Μηχανικών(IEEE) για την θερμική τεχνολογία inkjet, κατατάσσεται στο Fortune στην 11η θέση και δημιουργεί ένα αλγόριθμο συμπίεσης εικόνας ο οποίος χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει εντυπωσιακές με υψηλή ανάλυση του πλανήτη Άρη οι οποίες εικόνες μεταδίδονται από το διαστημικό σκάφος Spirit Rover.

Οι εικόνες αυτές βοηθούν τους επιστήμονες στη γη να μελετήσουν προσεκτικά την επιφάνεια του Άρη από 106 εκατομμύρια μακριά

Η πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της HP Carly Fiorina αποχωρεί και διορίζεται προσωρινός CEO ο Bob Wayman. Τον Μάρτιο, η HP αναδεικνύει τον Mark Hurd ως Διευθύνων Σύμβουλος και Πρόεδρος.

Η HP αποκτά την online υπηρεσία φωτογραφίας Snapfish. Η HP λανσαρει τον 10 εκατομμυριοστό server HP Proliant τον Ιούνιο. Η HP παρουσιάζει τον πρώτο x86 επεξεργαστή που βασίζεται στους σέρβερς της σειράς Proliant το 1993. Η HP αποκαλύπτει, επίσης, την ταχύτερη στον κόσμο συσκευή φωτογραφίας και εκτύπωσης για το σπίτι και το γραφείο χτισμένο σε νέα τεχνολογία: Η HP Photosmart 8250 Photo Printer και το HP Officejet Pro K550 Color Printer. Δύο νέα HP Advanced χαρτιά επιτρέπουν την άμεση, στεγνή και ανθεκτική στο νερό φωτογραφία.

Η HP αποκτά την Scitex Vision, έναν ηγέτη της αγοράς στις μεγάλες σελίδες, για την σήμανση και βιομηχανικές εφαρμογές, όπως πίνακες, πανό, διαφήμιση στο δρόμο, και συσκευασία.

Επίσης ολοκληρώνετε η αποκατάσταση της τοποθεσίας όπου η εταιρεία ιδρύθηκε - το HP γκαράζ.

Η HP πουλάει τον εκατομμυριοστό LazerJet εκτυπωτή, η πρώτη πώληση ήταν το 1984. Επίσης αποκτά την Mercury Interactive Corporation το μεγαλύτερο απόκτημα λογισμικού της HP μέχρι σήμερα, για να δημιουργήσει μια νέα οργάνωση επιχειρήσεων για τη βελτιστοποίηση της τεχνολογίας (BTO).

Τα HP Labs στην Ινδία δημιουργούν το πληκτρολόγιο χειρονομία (GESTURE KB), μια συσκευή χαμηλού κόστους για ανθρώπους οι οποίοι δεν είναι εξοικειωμένοι με την αγγλική γλώσσα και μπορούν χρησιμοποιήσουν τον υπολογιστή για να στείλουν email, να περιηγηθούν στο διαδίκτυο και να χειρίζονται έγγραφα.

Εισάγετε το TouchSmart PC, έναν όλα-σε-ένα υπολογιστή που όλα μπορούν να γίνουν με ένα άγγιγμα της οθόνης. Το φημισμένο HP γκαράζ καταχωρείται στο Εθνικό Μητρώο ως ιστορικός τόπος. Την ίδια χρονιά η HP επιτυγχάνει το στόχο της για την ανακύκλωση ενός δις ηλεκτρονικών λιβρών. Το τρέχον έτος σηματοδοτεί την 20η επέτειο από την ίδρυσή του προγράμματος ανακύκλωσης της HP, το οποίο σήμερα λειτουργεί σε περισσότερες από 40 χώρες, περιφέρειες και εδάφη. Στη διάρκεια του 2007, μια σειρά από εξαγορές γίνονται από την HP έτσι ώστε να διευρύνει την επιρροή της στην εκτύπωση, στους προσωπικούς υπολογιστές και στο λογισμικό.

Η HP αποκτά την Tabblo Inc., για να κάνει την εκτύπωση από το web, την EYP Mission Critical Facilities Inc μια παγκόσμια εταιρεία συμβούλων για μεγάλα data, την Logoworks, για την παροχή στις μικρές επιχειρήσεις πρόσβαση στον επαγγελματικό σχεδιασμό, την SPI Dynamics, Inc., για την αξιολόγηση της ασφάλειας εφαρμογών λογισμικού και υπηρεσιών, την Neoware Inc., ένα φορέα παροχής υπολογιστικών λύσεων, την MacDermid ColorSpan Inc., η οποία παράγει εκτυπωτές inkjet μεγάλου εύρους και την Opsware, με ηγετική θέση στην αγορά

λογισμικού αυτοματοποίησης.

Η HP είναι η πρώτη εταιρεία πληροφορικής που αποκαλύπτει πληροφορίες σχετικά με την απελευθέρωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου που συνδέονται με την κατασκευή προϊόντων της το 2008. Η αναφορά αποτελεί μέρος της προσπάθειας της HP για την προώθηση της αλυσίδας ευθύνης. Επίσης τα HP Labs αποδεικνύουν την ύπαρξη ενός τέταρτου στοιχείου σε ολοκληρωμένα κυκλώματα, την αντίσταση μνήμης το οποίο θα μπορούσε να οδηγήσει σε υπολογιστές με πρότυπα που μοιάζουν με τον ανθρώπινο εγκέφαλο. Την ίδια χρονιά εισάγει ένα μίνι-φορητό υπολογιστή πλήρους λειτουργίας τον HP 2133 Mini-Note υπολογιστή. Σχεδιασμένα για την εκπαιδευτική αγορά, θα προσφέρει επίσης στους επαγγελματίες μια κομψή, ελαφριά συσκευή η οποία παρέχει πρόσβαση σε πληροφορίες και υπολογισμούς.

Η HP αποκτά την Electronic Data Systems Corporation (EDS), μια εταιρεία τεχνολογικών υπηρεσιών.

Το 2009 η HP κερδίζει ένα βραβείο από το Ινστιτούτο Ηλεκτρολόγων και Ηλεκτρονικών Μηχανικών (IEEE) για την επιστημονική αριθμομηχανή HP-35 (1972)

Εισάγετε ο πρώτος εκτυπωτής στο σπίτι ο οποίος συνδέεται μέσω διαδικτύου, ο Premium HP Photosmart με TouchSmart Web που επιτρέπει στους χρήστες να εκτυπώνουν από το διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας τον εκτυπωτή ως μόνη συσκευή πρόσβασης. Μια σειρά από εφαρμογές που παρέχονται, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας αναζήτησης ταινιών και προαγοράς εισιτηρίων.

Το 2010 αποκτά την ArcSight, μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών ασφαλείας και τη διαχείριση συμμόρφωσης. Η HP παράγει πάνω από 1.000 εκατομμύρια δοχεία μελάνης που κατασκευάζεται με ανακυκλωμένο πλαστικό και δημιουργεί το πρώτο χωρίς PVC εκτυπωτή του πλανήτη, το HP ENVY 100 e.

Χρησιμοποιώντας το σύννεφο (cloud), οι χρήστες μπορούν να εκτυπώσουν από οποιοδήποτε σελίδα στο διαδίκτυο, με συνδεδεμένη συσκευή smartphones, δισκία, netbooks κ.α. στέλνοντας ένα e-mail με δυνατότητα: "Το HP ePrint: αν μπορείτε να στείλετε email, μπορείτε να το εκτυπώσετε".

Η HP αποκτά 3PAR, μια κορυφαία εταιρεία παροχής αποθήκευσης.

Το 2011 η HP ανοίγει εγκαταστάσεις έρευνας στο Κολοράντο για την διερεύνηση νέων στρατηγικών, για την μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των κέντρων δεδομένων για την επόμενη γενιά.

Η HP παρουσιάζει το πρώτο ασύρματο ποντίκι της βιομηχανίας. Το Wi-Fi Mobile Mouse της HP είναι το πρώτο ποντίκι που συνδεθείτε γρήγορα και εύκολα χωρίς USB μέσω ενσωματωμένο WIFI ενός υπολογιστή.

Στις 18 Αυγούστου, η HP ανακοινώνει την εξαγορά της Autonomy Corporation plc, μια παγκόσμια εταιρεία λογισμικού υποδομής.

Διορίζετε η Meg Whitman ως πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας.

Το 2011 ο τότε διευθύνων σύμβουλος Leo Apotheker αποφάσισε να κάνει μια στρατηγική έξοδο στα smartphones και tablets δηλώνοντας την πρόθεση να αποχωρίσουν από την κατασκευή H/Y, πουλώντας το τμήμα αυτό και δίνοντας έμφαση στους διακομιστές κάτι που είχε ήδη κάνει η IBM το 2005 στοιχίζοντας την θέση του Apotheker ο οποίος αντικαταστάθηκε άμεσα με την Meg Whitman. Κατά την διάρκεια των 10 μηνών που ο Apotheker ήταν διευθύνων σύμβουλος η HP έχασε 30 δις.

Το 2012 αποφασίστηκε ότι οι H/Y και οι εκτυπωτές θα γίνονταν μία μονάδα. Μετά από μείωση κερδών η εταιρεία αποφάσισε να απολύσει 27.000 εργαζόμενους λόγω μείωσης πωλήσεων H/Y λόγω αύξησης πωλήσεων στα tablets και smartphones.

Το 2012 εξουσιοδοτεί ένα πρόγραμμα δωρεάν ανακύκλωσης ηλεκτρονικών συσκευών για όλες τις μάρκες των ηλεκτρονικών ειδών γραφείου στα καταστήματα Staples σε εθνικό επίπεδο, ανεξάρτητα από το πού αγοράστηκαν τα προϊόντα. Την ίδια χρονιά η HP ανακάλυψε μια αδυναμία στους διακομιστές της και προειδοποίησε τους πελάτες της για δύο αδυναμίες.

Βασισμένο σε 10 χρόνια έρευνας από τα HP Labs, το Moonshot είναι το πρώτο λογισμικό διακομιστή στον κόσμο. Οι διακομιστές Moonshot λειτουργούν με εξαιρετικά χαμηλή κατανάλωση ενέργειας μικροεπεξεργαστών. Ο Moonshot χρησιμοποιεί έως 89% λιγότερη ενέργεια, 80% λιγότερο χώρο και κοστίζει 77% λιγότερο από ό, τι οι παραδοσιακοί διακομιστές, βοηθώντας τις εταιρείες να συμβαδίσουν με τις πληροφορίες που απαιτούνται κάθε φορά.

Μια υπηρεσία αντικατάστασης μελανιού με εντολή του εκτυπωτή σας και παράδοσης στην πόρτα σας, εξασφαλίζει ότι ποτέ δεν θα εξαντληθεί το μελάνι.

Η HP γιορτάζει την αποστολή 200 εκατομμυρίων εκτυπωτών LaserJet.

Η HP παρουσιάζει το πρώτο στη βιομηχανία -HP Προστατευτικό δεδομένων 8.1- με αυτο-επίγνωση για δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας και επαναφοράς λύσεων για ανάκτηση δεδομένων.

Η εταιρεία το 2014 ανακοίνωσε τα σχέδιά της να διασπαστεί σε δύο εταιρείες<sup>45</sup>, μια εταιρεία υπολογιστών και η άλλη εταιρεία που ασχολείται με υπηρεσίες και εκτυπωτές. Σύμφωνα με την ανακοίνωση η διάσπαση θα γίνει τον Οκτώβριο του 2015 και οι εταιρείες θα είναι η Hewlett Packard Enterprise και η HP Inc.

Το 2015 η HP ανακοίνωσε ότι θα πωλήσει το 51% των μετοχών της κινέζικης επιχείρησης διαμοιρασμού δεδομένων στην Tsinghua Unigroup για τουλάχιστον 2,3 δις.

---

<sup>4</sup> <http://www.businessinsider.com/hp-reports-earnings-2014-11>

<sup>5</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett\\_Packard](https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett_Packard)

## 2.2 Στρατηγικές της HP με βάση το ιστορικό της:

Με βάση το ιστορικό της HP μπορούμε να αναγνωρίσουμε ποιες στρατηγικές χρησιμοποίησε:

- Η διεθνώς αναγνωρισμένη εταιρεία ξεκίνησε με την ανταγωνιστική στρατηγική ηγεσία κόστους όπου κατάφερε να μειώσει στο ¼ την τιμή από τους ανταγωνιστές τους προσφέροντας πιο σταθερό προϊόν. Το συγκεκριμένο μοντέλο 200A (ταλαντωτής) κράτησε για 33 χρόνια όπου και αντικαταστάθηκε από την ίδια την HP με το μοντέλο 200AB.
- Η εταιρεία συνέχισε να προσφέρει προϊόντα με χαμηλότερη τιμή απ' ό τι οι ανταγωνιστές και καλύτερη ποιότητα για δεκαετίες,
  - ✓ με τον βολτόμετρο HP400A
  - ✓ με ένα όργανο μέτρησης με λείζερ το οποίο έχει δυνατότητα μέτρησης σε εκατομμυριοστά της ίντσας.
  - ✓ Την επαγγελματική αριθμομηχανή, HP 12C η οποία πωλείτε ακόμα και σήμερα.
  - ✓ Τον εκτυπωτή HP ThinkJet, ο οποίος βάζει τέλος στους υπόλοιπους θορυβώδες εκτυπωτές.
- Η HP καινοτομεί με
  - ✓ την πρώτη αριθμομηχανή παγκόσμιος, HP 9100A, η οποία είναι 10 φορές πιο γρήγορη και εκτελεί πολύπλοκους υπολογισμούς.
  - ✓ την πρώτη επιστημονική αριθμομηχανή χειρός, HP 35.
  - ✓ τον πρώτο υπολογιστή χειρός, HP - 75C.
  - ✓ την πρώτη οθόνη αφής σταθερών υπολογιστών. HP 150.
  - ✓ τον εκτυπωτή HP DeskJet 500C και αργότερα εισάγει και την δυνατότητα του χρώματος στις εκτυπώσεις.
  - ✓ τον πρώτο υπολογιστή τσέπης με έγχρωμη οθόνη, Jornada 420.
  - ✓ το πρώτο ασύρματο ποντίκι

Ταυτόχρονα η εταιρεία χρησιμοποιούσε και την στρατηγική ανάπτυξης συσχετισμένη διαφοροποίηση όπου εξαγόραζε<sup>6</sup> εταιρείες που σχετίζονταν μεταξύ τους από το 1958 μέχρι και σήμερα. Σχεδόν όλες οι εταιρίες βρίσκονται στις ΗΠΑ και στο σύνολο είναι 129 μέχρι σήμερα.

- Η πρώτη εταιρεία που εξαγόρασε ήταν η F.L. MOSELEY το 1958 με την οποία δίνεται η ευκαιρία στην HP να εισέλθει στους σχεδιογράφους (plotters).
- Το 1959 επεκτείνει τις δραστηριότητες της αποκτώντας την Boonton Radio Corporation η οποία ασχολείται και με προϊόντα τα οποία μετρούν την αντίσταση πλοήγησης αεροσκαφών και εξοπλισμούς δοκιμής.
- Το 1961 εισέρχεται στον ιατρικό εξοπλισμό με την βοήθεια της Sanborn Company.
- Το 1962 αποκτά την Nelly enterprises ως εταιρεία αντιπροσωπιών

<sup>6</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_acquisitions\\_by\\_Hewlett-Packard](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_acquisitions_by_Hewlett-Packard)

- Το 1965 την F&M Scientific Corporation η οποία ασχολείται με την αναλυτική χημεία<sup>7</sup> είναι η μελέτη του διαχωρισμού, ταυτοποίηση και ποσοτικοποίηση των χημικών συστατικών των φυσικών και τεχνητών υλικών.
- Το 1966 την Data System Inc η οποία ασχολείται με την τεχνολογία της πληροφόρησης ( IT - information technology), δηλαδή με την μελέτη συστημάτων υπολογιστών και τηλεπικοινωνιών.
- Το 1989 αποκτά
  - i. την Eon Systems Inc. (εταιρεία ηλεκτρονικών)
  - ii. την Apollo Computer, (κατασκευάστρια Η/Υ)
  - iii. την Certain assets of Optotech Inc που ασχολείται με μονάδες δίσκου.
- Το 1991 αποκτά τις
  - i. Applied Optoelectronic Tech, η οποία ασχολείται με εξοπλισμό αυτοματοποιημένων τεστ
  - ii. Avantek, που ασχολείται με τρανζίστορ
  - iii. ABB CADE (λογισμικό Η/Υ)
- Το 1992 αποκτά τις
  - i. Colorado Memory Systems, που ασχολείται με μαγνητικές ταινίες
  - ii. French and German units of Leasametric, η οποία είναι εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης
  - iii. Computer systems from Texas Instruments, που ασχολείται με λογισμικό Η/Υ
- Το 1993 αποκτά τις
  - i. Τηλεπικοινωνίες στην Σουηδία την Ericsson Hewlett Packard Telecom (EHPT<sup>8</sup>) την κοινοπραξία με το 60% να ανήκει στην Ericsson and το 40% της HP.
  - ii. Four Pi Systems Corp. (εταιρεία εξοπλισμού αυτοματοποιημένων ελέγχων)
  - iii. Metrix Network Systems (διαδουκτίωση υπολογιστών)
  - iv. BT&D Technologies (εταιρεία ηλεκτρονικών)
  - v. EEsof Inc. (εταιρεία ανάπτυξης προγραμμάτων Η/Υ)
- Το 1994 αποκτά την Versatest (εταιρεία εξοπλισμού αυτοματοποιημένων δοκιμών)
- Το 1995 αποκτά τις
  - i. CaLan Inc. (εταιρεία εξοπλισμού αυτοματοποιημένων δοκιμών)
  - ii. Convex Computer (κατασκευαστής Η/Υ)
  - iii. ElseWare Corp. (εταιρεία προγραμματισμού Η/Υ)

<sup>7</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Analytical\\_chemistry](https://en.wikipedia.org/wiki/Analytical_chemistry)

<sup>8</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Ericsson\\_Hewlett\\_Packard\\_Telecom](https://en.wikipedia.org/wiki/Ericsson_Hewlett_Packard_Telecom)



- Το 1996 αποκτά τις
  - v. SecureWare Internet security division (ασφάλειας H/Y)
  - i. Graphics technology from Parametric Technology Corporation τεχνική εταιρεία εξοπλισμού γραφικών)
  - ii. Division Inc. (εταιρεία προγραμματισμού H/Y)
  - iii. DP-Tek Development (εταιρεία ηλεκτρονικής απεικόνισης)
  - iv. Trellis Software & Controls (εταιρεία ρομποτικής)
  
- Το 1997 αποκτά τις
  - i. Vital Technology Pte Ltd (εταιρεία επενδύσεων)
  - ii. VeriFone (εταιρεία ηλεκτρονικών πληρωμών)
  - iii. PROLIN (εταιρεία επεξεργασίας πληρωμών)
  - iv. Internet printing technology from ForeFront Group (εταιρεία τεχνολογίας εκτύπωσης)
  - v. Nuview ManageX from Nuview Inc (εταιρεία επεξεργασίας επιχειρηματικών δεδομένων)
  - vi. Optimazation Systems (εταιρεία λογισμικού H/Y)
  
- Το 1998 αποκτά τις
  - i. Business related assets of Siltek (εταιρεία επεξεργασίας πληροφοριών)
  - ii. Heartstream (εταιρεία ιατρικού εξοπλισμού)
  - iii. Computing & Measurement Systems ασχολείται με H/Y
  - iv. Scope Communications Inc. (είναι μια εταιρεία η οποία ασχολείται με μια ηλεκτρονική συσκευή που χρησιμοποιείται για την επαλήθευση των ηλεκτρικών συνδέσεων σε ένα καλώδιο<sup>9</sup>)
  - v. Open Skies, Inc
  
- Το 1999 αποκτά τις
  - i. Printmountain (τεχνολογίες εκτύπωσης)
  - ii. Telegra Corp (λογισμικό H/Y)
  - iii. Transoft Networks (ηλεκτρονική αποθήκευση δεδομένων)
  - iv. Dazel Corporation (λογισμικό H/Y)
  - v. Security Force Software (λογισμικό ασφαλείας H/Y)
  - vi. Qosnetics (επεξεργασία πληροφοριών)
  
- Το 2001 αποκτά τις
  - i. Bluestone Software (λογισμικό H/Y)
  - ii. Comdisco Inc (επεξεργασία πληροφοριών)
  - iii. Trinagy Inc. (λογισμικό H/Y)
  - iv. Storage Apps (τεχνολογίες ηλεκτρονικής αποθήκευσης δεδομένων)
  
- Το 2002 αποκτά τις
  - i. Indigo N.V ( υπηρεσίες εκτύπωσης)

---

<sup>9</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Cable\\_tester](https://en.wikipedia.org/wiki/Cable_tester)

- ii. Compaq (κατασκευή προσωπικών υπολογιστών)
- Το 2003 αποκτά τις
    - i. Procter & Gamble IT (επεξεργασία πληροφοριών)
    - ii. Ericsson IT (επεξεργασία πληροφοριών)
    - iii. PipeBeach (λογισμικό τηλεπικοινωνιών)
    - iv. Extreme Logic Inc. (επεξεργασία πληροφοριών)
    - v. Talking Blocks (διαχείριση ιστοσελίδων)
    - vi. Select Access assets of Baltimore Technologies (λογισμικό ασφαλείας H/Y)
    - vii. Persist Technology (λογισμικό H/Y)
  - Το 2004 αποκτά τις
    - i. Consera Software (λογισμικό H/Y)
    - ii. Triaton GmbH (επεξεργασία πληροφοριών)
    - iii. TruLogica (λογισμικό H/Y)
    - iv. Novadigm Inc. (λογισμικό H/Y)
    - v. IT Infrastructure Management LLC (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - vi. CEC Europe Service Management (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - vii. Networking technology from Riverstone Networks (διαδικτύωση υπολογιστών)
    - viii. Synstar (επεξεργασία πληροφοριών)
  - Το 2005 αποκτά τις
    - i. IT division of West LB AG (επεξεργασία πληροφοριών)
    - ii. Snapfish (διαμοιρασμός φωτογραφιών)
    - iii. CGNZ (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - iv. AppIQ (τεχνολογίες αποθήκευσης δεδομένων)
    - v. RLX Technologies (λογισμικό H/Y)
    - vi. Scitex Vision (υπηρεσίες εκτυπώσεων)
    - vii. Trustgenix Inc. (λογισμικό H/Y)
    - viii. PIXACO (διαδικτυακές υπηρεσίες φωτογραφίας)
    - ix. Peregrine Systems (λογισμικό H/Y)
  - Το 2006 αποκτά τις
    - i. Outer Bay (λογισμικό H/Y)
    - ii. Silverwire (διαδικτυακές υπηρεσίες φωτογραφίας)
    - iii. The Technology Partners (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - iv. Voodoo PC (κατασκευαστές H/Y)
    - v. Mercury Interactive (λογισμικό H/Y)
    - vi. Knights bridge Solutions (λογισμικό H/Y)
    - vii. Bitfone Corp. (λογισμικό H/Y)
    - viii. Bristol Technology (λογισμικό H/Y)
    - ix. Polyserve (λογισμικό H/Y)

- x. Tabblo Inc. (λογισμικό H/Y)
  - xi. Arteis (λογισμικό H/Y)
  - xii. SPI Dynamic Inc. (λογισμικό H/Y)
- Το 2007 αποκτά τις
    - i. Opsware (λογισμικό H/Y)
    - ii. Neoware (λογισμικό H/Y)
    - iii. Mac Dermid Color Span Inc. (κατασκευαστής εκτυπωτών)
    - iv. Atos Origin Middle East Group (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
  - Το 2008 αποκτά τις
    - i. EYP Mission Critical Facilities Inc. (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - ii. NUR Macroprinters Ltd (κατασκευαστής εκτυπωτών)
    - iii. Exstream Software (λογισμικό H/Y)
    - iv. TOWER Software (λογισμικό H/Y)
    - v. Colubris Networks (ανάπτυξη ασυρμάτων δικτύων)
    - vi. Electronic Data Systems (παροχή συμβούλων επεξεργασίας πληροφοριών)
    - vii. Left Hand Networks Inc.(εγκαταστάσεις αποθήκευσης δεδομένων)
  - Το 2009 αποκτά την IBRIX, Inc. (λογισμικό H/Y)
  - Το 2010 αποκτά τις
    - i. 3Com (λογισμικό H/Y)
    - ii. Melodeo (λογισμικό H/Y)
    - iii. Phoenix Technologies (λογισμικό H/Y)
    - iv. Palm, Inc. (κατασκευαστής έξυπνων κινητών)
    - v. Stratavia (λογισμικό H/Y)
    - vi. 3PAR (λογισμικό H/Y)
    - vii. Fortify Software (λογισμικό H/Y)
    - viii. ArcSight (διαχείριση ασφάλειας εταιρικών υπολογιστών)
  - Το 2011 αποκτά τις
    - i. Vertica Systems, Inc. (λογισμικό εταιρικών βάσεων δεδομένων)
    - ii. Autonomy Corporation (επεξεργασία πληροφοριών)
    - iii. Hiflex (επεξεργασία πληροφοριών)
  - Το 2014 αποκτά τις
    - i. Shunra (ανάπτυξη λογισμικού διαδικτύωσης H/Y)
    - ii. Eucalyptus (ανάπτυξη λογισμικού cloud computing)
  - Το 2015 αποκτά τις
    - i. Voltage Security (ανάπτυξη λογισμικού ασφαλείας για cloud computing)
    - ii. Aruba Networks (ανάπτυξη εφαρμογών ασυρμάτων δικτύων)
    - iii. ConteXtream (ανάπτυξη λογισμικού cloud computing)

Πιο κάτω αναφέρονται σε ποσοστά την παγκόσμια αγορά σε Η/Υ από την HP και τους ανταγωνιστές της για τα έτη 2006 μέχρι 2014.

Παγκόσμια αγορά Η/Υ σε ποσοστά (2006-2014) <sup>10</sup>																		
Rank	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	1	Dell	15.9	HP	18.1	HP	18.2	HP	19.1	HP	17.9	HP	16.6	HP	16.1	Lenovo	16.9	Lenovo
2	HP	15.9	Dell	14.2	Dell	14.1	Acer	12.9	Acer	13.9	Lenovo	12.5	Lenovo	14.9	HP	16.2	HP	17.5
3	Acer	7.6	Acer	9.7	Acer	10.6	Dell	12.1	Dell	12.0	Dell	11.7	Dell	10.7	Dell	11.6	Dell	12.8
4	Lenovo	7.0	Lenovo	7.4	Lenovo	7.5	Lenovo	8.0	Lenovo	10.9	Acer	10.8	Acer	10.2	Acer	8.0	Acer	7.9
5	Toshiba	3.8	Toshiba	4.0	Toshiba	4.6	Toshiba	5.0	<a href="#">Asus</a>	5.4	Asus	5.7	Asus	6.9	Asus	6.6	Asus	7.2
Άλλες εταιρείες		49.8		46.5		44.9		42.8		40.0		42.8		41.2		40.7		35.7

<sup>10</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Market\\_share\\_of\\_personal\\_computer\\_vendors#1996-2014](https://en.wikipedia.org/wiki/Market_share_of_personal_computer_vendors#1996-2014)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **HP – ΑΝΑΛΥΣΗ PEST ΚΑΙ SWOT**

#### **3.1 Ανάλυση P.E.S.T.<sup>11</sup>**

Η ανάλυση PEST αναλύει το πολιτικό, το οικονομικό, το κοινωνικό και το τεχνολογικό μακροπεριβάλλον μιας επιχείρησης.

Το όνομα απορρέει από τις αντίστοιχες αγγλικές λέξεις:

**Political**

**Economical**

**Social**

**Technological**

Η ανάλυση PEST είναι χρήσιμη για όλες τις επιχειρήσεις γιατί:

- Αναλύει καθώς και καταγράφει την παρούσα κατάσταση των αγορών
- Είναι απαραίτητη για τη σωστή λήψη αποφάσεων και το σωστό προγραμματισμό
- Αποτελεί βασικό εργαλείο για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου

#### **3.1.1 Ανάλυση P.E.S.T. της HP**

##### Πολιτικό περιβάλλον

Η εταιρεία προσπαθεί μέσω της εταιρικής της ευθύνης να ακολουθήσει τους ελέγχους και τους κανόνες της κυβέρνησης καθώς προσπαθεί να συμβαδίσει με τις περιβαλλοντικές, εταιρικές και ποιοτικές της ανησυχίες. Έχει δυνατή παρουσία στην Κίνα και λειτουργεί σε πάνω από 170 χώρες στον κόσμο.

##### Οικονομικό περιβάλλον

Η εταιρεία έχει παρουσιάσει πτώση σε όλους τους τομείς της και σε μια προσπάθεια να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό έχει ανακοινώσει διάσπαση εταιρειών στο τέλος του 2015. Μετά την ανακοίνωση διάσπασης οι πωλήσεις, στους διακομιστές, αυξήθηκαν ενώ η διευθύνων σύμβουλος Meg Whitman ανακοίνωσε ότι περιμένει

---

<sup>11</sup>[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7\\_PEST](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_PEST)

[http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes\\_diktywn/case\\_studies/di\\_oik\\_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf](http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/case_studies/di_oik_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf)

αύξηση σε όλους τους τομείς. Επίσης επηρεάζει η αύξηση πληθωρισμού και η ανεργία, καθώς η εταιρεία προχωράει σε μείωση προσωπικού.

#### Κοινωνικό περιβάλλον

Η καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών αλλάζει σε σημείο που πέφτουν οι πωλήσεις των υπολογιστών και αυξάνονται οι πωλήσεις των κινητών και των tablet ενώ η HP έχει αποτύχει στο να το προβλέψει .

#### Τεχνολογικό περιβάλλον

Σε ότι αφορά το τεχνολογικό κομμάτι η εταιρεία κάνει προσπάθειες να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό ο οποίος είναι μεγάλος με μελλοντική διάσπασή της σε δύο εταιρείες. Σκοπό έχει να επικεντρωθεί η κάθε εταιρεία στον τομέα της, εκτυπωτές και διακομιστές και υπολογιστές έτσι ώστε να

### **3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T<sup>12</sup>**

Η ανάλυση SWOT αναλύει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης. Συγκεκριμένα, μελετά τα δυνατά και αδύνατα σημεία καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που υπάρχουν.

Το όνομα απορρέει από τις αντίστοιχες αγγλικές λέξεις:

**S**trengths

**W**eaknesses

**O**pportunities

**T**hreats

#### **3.2.1 Ανάλυση SWOT της HP**

##### ΔΥΝΑΜΕΙΣ – ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- ✓ Πόροι της εταιρείας (υλικοί και άυλοι)
- ✓ Μεγάλος κατάλογος ειδών και τεχνολογιών
- ✓ Μεγάλο δίκτυο διανομής
- ✓ Εκπαίδευση προσωπικού
- ✓ Παγκόσμια παρουσία
- ✓ Η επωνυμία της είναι παγκόσμια αναγνωρισμένη
- ✓ Καλή φήμη
- ✓ Έλλειψη προϊόντων σε καταστήματα

---

<sup>12</sup>[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7\\_SWOT](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_SWOT)

[http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes\\_diktywn/case\\_studies/di\\_oik\\_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf](http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/case_studies/di_oik_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf)

- ✓ Ποιότητα ισούται με υψηλότερες τιμές

### ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - ΑΠΕΙΛΕΣ

- ✓ Ηγέτιδα δύναμη στην αγορά των προϊόντων τεχνολογίας
- ✓ Οι πελάτες είναι νέα άτομα δεκτικά στη διαφήμιση
- ✓ Εξαγοράζονται αρκετές εταιρείες κάθε χρόνο
- ✓ Ανεπτυγμένος παραγωγικός εξοπλισμός
- ✓ Αύξηση εξειδικευμένου τρόπου ζωής και εργασίας οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για καινούρια εξειδικευμένα προϊόντα
- ✓ Αύξηση ανταγωνιστών
- ✓ Παγκόσμια παρουσία
- ✓ Οικονομική κρίση
- ✓ Γρήγορες τεχνολογικές ανακαλύψεις

Από τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η παγκόσμια αναγνωρισμένη εταιρεία χρειάζεται νέες καινοτομίες προϊόντων που θα προσελκύσουν κυρίως νέους σε ηλικία καταναλωτές, να μειώσει τις τιμές όσο είναι δυνατόν σε παλαιότερα μοντέλα. Επίσης η συνέχιση εξαγοράς ή συγχώνευσης με εταιρίες είναι απαραίτητη καθώς ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος.

Σε μια προσπάθεια να ανταπεξέλθει στην οικονομική κρίση και στην πτώση των πωλήσεων της έχει ανακοινώσει μελλοντική διάσπαση της εταιρείας.

### **3.3 Προσπάθεια της εταιρείας να πλησιάσει την περιβαλλοντική συνείδηση των πελατών της<sup>13</sup>**

Η εταιρεία διαφημίζει πως η περιβαλλοντική συνείδηση μπορεί να είναι επιλογή η οποία δεν επηρεάζει με κανένα τρόπο την ποιότητα των προϊόντων της εφόσον μειώνει το περιβαλλοντικό αντίκτυπο σε κάθε στάδιο παραγωγής της.

Με το τέλος της ζωής των προϊόντων προσφέρεται η επιλογή της δωρεάν ανακύκλωσης με τον πιο κάτω τρόπο:

---

<sup>13</sup> [http://www.technicomer.gr/PPP\\_Brochure\\_Greek.pdf](http://www.technicomer.gr/PPP_Brochure_Greek.pdf)



Τα αποτελέσματα όπως τα παρουσιάζει η HP είναι τα παρακάτω:





Μέσω των προσπαθειών της για την προστασία του περιβάλλοντος έχει λάβει άπειρα βραβεία και πιστοποιήσεις για τις προσπάθειες τις να μειώσει την χρήση σε επικίνδυνες ουσίες στα προϊόντα της και στην ανακύκλωση προϊόντων.



Η HP έλαβε την πρώτη θέση μεταξύ των εταιρειών τεχνολογίας ενώ έλαβε την πέμπτη θέση στη λίστα «Best Global Green Brands» (Οι καλύτερες διεθνείς οικολογικές μάρκες) για το 2011 και το 2012



Η HP Βραζιλίας έλαβε το βραβείο GREENBEST για το 2012 στην κατηγορία τεχνολογίας για τα Αυθεντικά δοχεία HP



FTSE4Good

Η HP βρίσκεται στη λίστα «FTSE4Good Index» από το 2003



Η HP έλαβε την πρώτη θέση στον τομέα ηλεκτρονικών τεχνολογιών στη λίστα βαθμολογίας Climate Counts Company Scorecard 2011



Η HP μπήκε στη λίστα S&P 500 Carbon Disclosure Leadership Index του οργανισμού Carbon Disclosure Project



Η HP βρισκόταν στις πρώτες θέσεις από το 2009 έως το 2011. Το 2011, η HP παρέμεινε στη δεύτερη θέση της λίστας των 500 στις Η.Π.Α. και είναι μία από τις τρεις εταιρείες τεχνολογίας στις 15 πρώτες θέσεις της λίστας «Global 500»



Η HP έλαβε τη δεύτερη θέση στη λίστα «Top Green-IT Vendors» (Κορυφαίοι προμηθευτές Οικολογικής Πληροφορικής) για το 2011



Η HP μπήκε στη λίστα «DJSI North American Index»



Η HP έλαβε την πρώτη θέση στον 17ο οδηγό της Greenpeace «Guide to Greener Electronics» (Οδηγός για Πράσινες Εταιρείες Ηλεκτρονικών) (2011)



Η HP μπήκε στη λίστα «Greenest Employers 2012» του Καναδά για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά



Η HP βραβεύτηκε με το International Green Award Silver 2011 για το κέντρο δεδομένων HP Wynyard



Η HP έλαβε το πρότυπο Carbon Trust Standard 2010

### 3.4 Μελλοντικά σχέδια<sup>1415</sup>

Όπως προαναφέρθηκε πιο πάνω η εταιρεία θα διασπαστεί σε δύο ξεχωριστές εταιρείες. Ο λόγος είναι η πτώση στις πωλήσεις της, από τις οποίες πωλήσεις το 65% του συνόλου είναι έξω από τις ΗΠΑ<sup>1617</sup>. Σε όλους τους τομείς η HP παρουσίασε είτε πτώση ή έμεινε σταθερή στις πωλήσεις της.

Μετά την ανακοίνωση διάσπασης τα προβλεπόμενα κέρδη των αναλυτών της HP όσον αφορά τους διακομιστές ήταν μεγαλύτερα από το αναμενόμενο. Επίσης η

<sup>14</sup> [http://www.nytimes.com/2015/05/22/technology/hewlett-packard-reports-drop-in-profit-and-sales.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/05/22/technology/hewlett-packard-reports-drop-in-profit-and-sales.html?_r=0)

<sup>15</sup> <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-06-04/hewlett-packard-steps-up-international-hiring>

<sup>16</sup> <http://www8.hp.com/us/en/hp-news/press-release.html?wireId=1923229&pageTitle=HP+Reports+Fiscal+2015+First+Quarter+Results+#.VOzsBPnF92Q>

<sup>17</sup> <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-02-24/hewlett-packard-s-impending-split-clouded-by-missed-forecast>

εταιρεία λόγω της διάσπασης αποφάσισε να πουλήσει κάποια περιουσιακά στοιχεία στην Κίνα, 2,3 δις, όπου υπάρχουν και κυβερνητικοί περιορισμοί όσον αφορά την χρήση «ξένων» τεχνολογιών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

#### **4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Ξεκινώντας την έρευνα αγοράς για το οποιοδήποτε θέμα πρέπει να ακολουθήσουμε μερικά στάδια τα οποία είναι απαραίτητα για τη διεξαγωγή μιας σωστής έρευνας.

Το πρώτο που θα πρέπει να διερωτηθούμε είναι τι θέλουμε να μάθουμε από την συγκεκριμένη έρευνα, ποιος είναι ο σκοπός μας ή το πρόβλημα που θέλουμε να επιλύσουμε. Το επόμενο βήμα είναι να αποφασίσουμε πως θα διεξαχθεί η έρευνα και πώς θα συλλέξουμε τα στοιχεία. Αμέσως μετά πρέπει να συντάξουμε το ερωτηματολόγιο με προσοχή στα είδη των ερωτήσεων καθώς και μια διεξαγωγή ενός pilot test σε πραγματικές συνθήκες για να εντοπίσουμε τυχόν λάθη που έχουν γίνει έτσι ώστε να τα διορθώσουμε.

Τέλος, συγκεντρώνουμε όλα τα στοιχεία, τα επεξεργαζόμαστε, τα κωδικοποιούμε και συντάσσουμε την έκθεση με τα αποτελέσματα.

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν ήταν όλες κλειστές ερωτήσεις με την πλειοψηφία να είναι διχοτομικές ερωτήσεις και μερικές ερωτήσεις βαθμονόμησης.

Για την επεξεργασία και κωδικοποίηση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS.

Στην συγκεκριμένη εργασία το δείγμα πάρθηκε τυχαία σε 100 ερωτηθέντες, σε τρεις περιοχές της Πάτρας, στην Κορίνθου, στην Ελλάδα Στρατιώτου και επί της Πανεπιστημίου.

Τα πιο σημαντικά συμπεράσματα της έρευνας είναι:

- Το 59% των ερωτηθέντων έχει αγοράσει τουλάχιστον δύο προϊόντα της HP.
- Πρώτο σε πωλήσεις προϊόν σύμφωνα με τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων είναι ο φορητός υπολογιστής με 29,51% και αμέσως μετά ο εκτυπωτής με 27,87%.
- Το 56% των πελατών της HP αγόραζαν ανέκαθεν προϊόντα της.
- Το υπόλοιπο 44% προτιμούν δέκα ανταγωνίστριες εταιρείες της HP εκ των οποίων η πρώτη με 20,5% είναι η εταιρεία Sony.
- Το 47,73% προτιμούν τις ανταγωνίστριες εταιρείες λόγω ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων τους.
- Το 64% των ερωτηθέντων έχει κάνει τις αγορές του πριν 6 μήνες.
- Από τα προσφερόμενα προϊόντα, το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν το 37,38% για μελάνια & χαρτιά. Αμέσως μετά ο φορητός υπολογιστής με 34,58%.
- Το 84% έχουν μείνει ικανοποιημένοι με την αγορά που έχουν κάνει.

- Ο λόγος που οι ερωτηθέντες έχουν μείνει δυσαρεστημένοι με την αγορά του προϊόντος, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, είναι 80% λόγω ποιότητας.
- Το 47% επέλεξε προϊόντα HP λόγω ποιότητας.
- Οι πελάτες της HP σε ποσοστό 84% πιστεύουν ότι η αγορά του προϊόντος που έκαναν αξίζει τα χρήματα της.
- Λειτουργικό πρόβλημα με το προϊόν είχε το 32% των ερωτηθέντων.
- Από τα άτομα που είχαν κάποιο λειτουργικό πρόβλημα στο προϊόν τους, το 65,63% αυτό το πρόβλημα επιδιορθώθηκε.
- Το χρονικό περιθώριο το οποίο χρειάστηκε για να επιδιορθωθεί το πρόβλημα ήταν σε μια εβδομάδα για το 47,83%.
- Το 44,2% έμειναν ευχαριστημένοι με τις υπηρεσίες που προσφέρει η εξυπηρέτηση πελατών της HP μετά την αγορά του προϊόντος.
- Ποσοστό που φτάνει το 51,52% θα συνεχίζει να αγοράζει προϊόντα της HP και μετά το πρόβλημα στο προϊόν.
- Το 56,57% θα ψάξει σε άλλο κατάστημα για προϊόντα της HP σε περίπτωση που το κατάστημα το οποίο προμηθεύεται προϊόντα HP, δεν έχει σε απόθεμα το προϊόν που θέλει ο πελάτης.
- Το 46% απάντησε πως δεν θα συνεχίζει να αγοράζει προϊόντα της HP σε περίπτωση που η εταιρεία αποφασίσει να αυξήσει τις τιμές της κατά 20%.
- Από το τυχαίο δείγμα το 51% ήταν γυναίκες και το 49% ήταν άνδρες.

## **4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την εργασία αυτή στόχο είχε να παρατηρηθεί κατά πόσο οι πελάτες της HP είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που διαθέτει η εταιρεία καθώς και για τις υπηρεσίες της εταιρείας μετά την αγορά του προϊόντος - after sales support.

### **4.2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ**

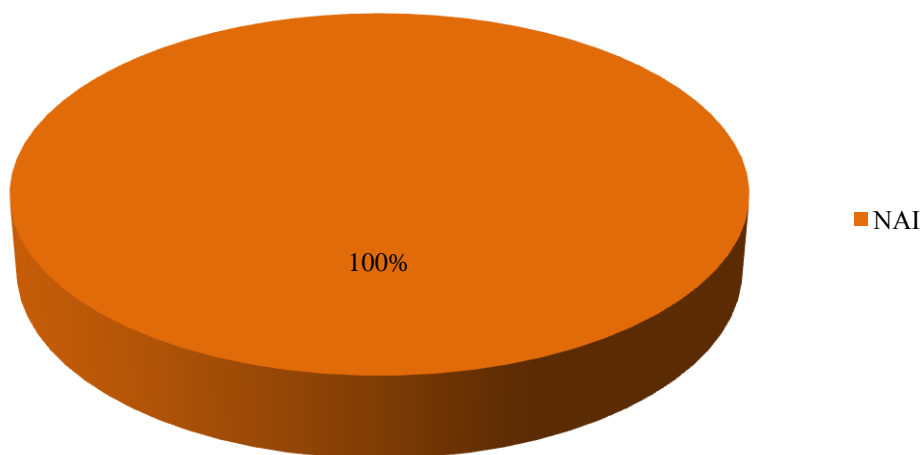
Το δείγμα βασίστηκε σε ένα τυχαίο δείγμα 100 πελατών της HP στην Πάτρα και το ερωτηματολόγιο (βλ. Παράρτημα) αποτελείται από 18 κλειστές ερωτήσεις.

Η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου είναι ερώτηση φίλτρου. Η έρευνα αφορούσε μόνο πελάτες της HP ανεξάρτητου χρονολογίας αγοράς προϊόντος, έτσι πριν να δοθεί το ερωτηματολόγιο έπρεπε να απαντηθεί θετικά η ερώτηση 1 : «Έχετε αγοράσει ποτέ προϊόν της HP;», βλ. διάγραμμα 1.

ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΟΤΕ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ HP;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρο	ΝΑΙ	100	100,0	100,0

**ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΠΟΤΕ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ HP;**



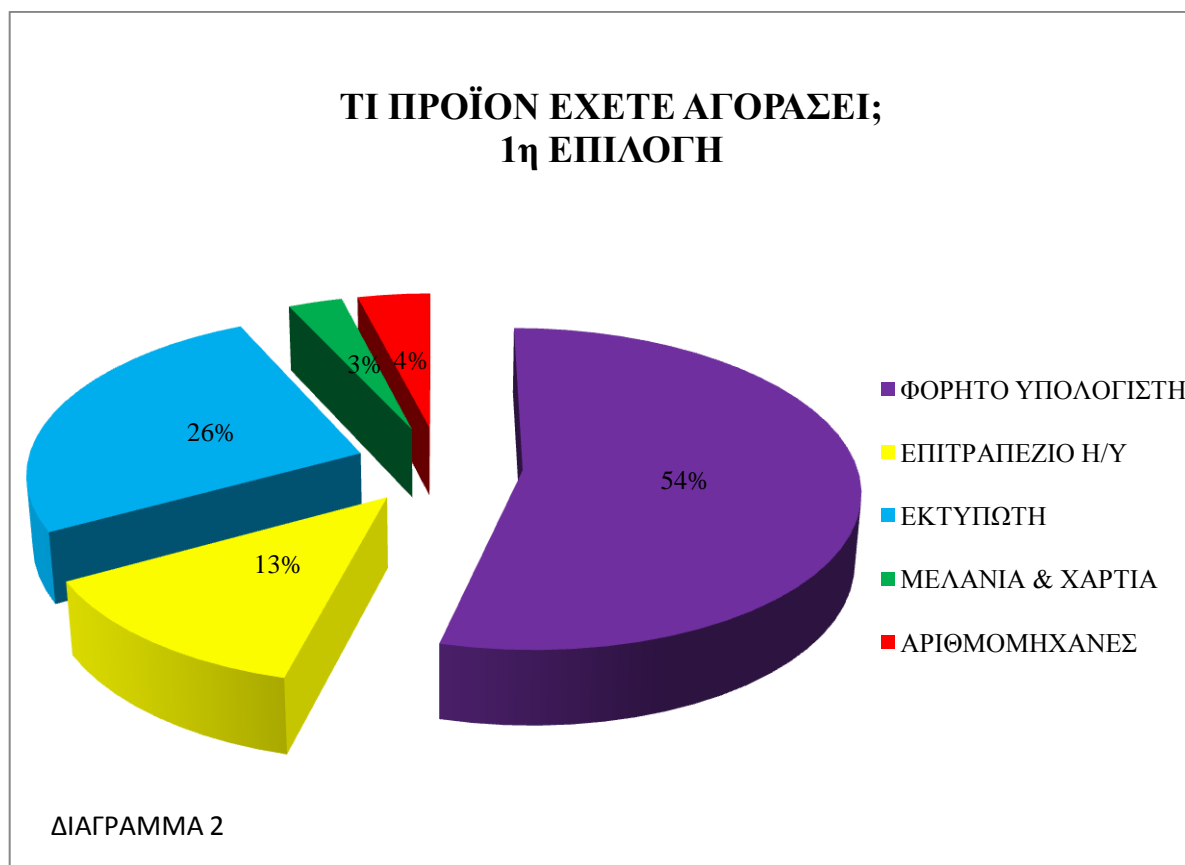
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

Στην ερώτηση «τι προϊόν έχετε αγοράσει;» μπορούσαν να επιλεγούν περισσότερες από μια απαντήσεις. Οι πιο πολλές απαντήσεις που δόθηκαν σε ένα ερωτηματολόγιο ήταν τρεις. Από τους πιο κάτω πίνακες το διάγραμμα 2 δείχνει συνολικά τις προτιμήσεις των πελατών της ΗΡ.

Από τους 100 ερωτηθέντες δόθηκαν 180 απαντήσεις . Από τους 100 ερωτηθέντες οι 59 έχουν αγοράσει και δεύτερο προϊόν από την ΗΡ, βλ. διάγραμμα 2.1. Ενώ από τους 59 ερωτηθέντες το 24% έχει αγοράσει και τρίτο προϊόν βλ. διάγραμμα 2.2.

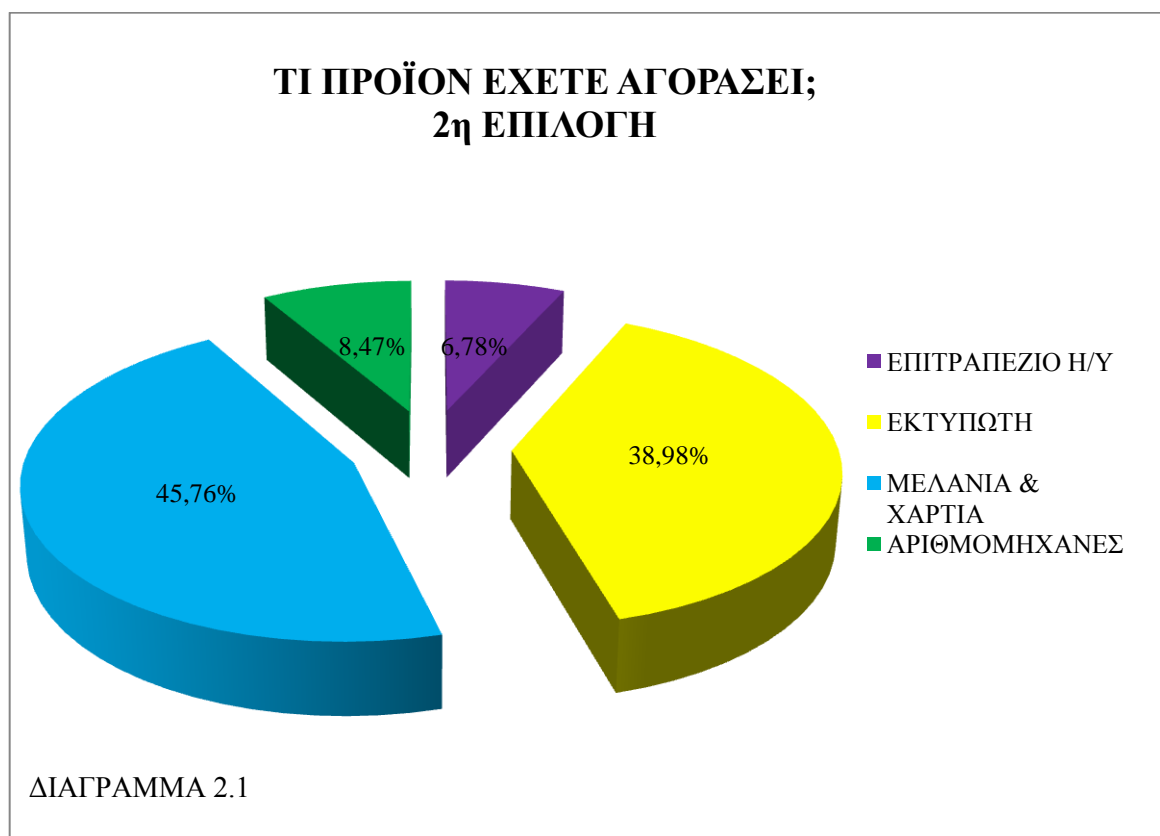
ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ; 1

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΦΟΡΗΤΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	54	54,0	54,0
	ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ Η/Υ	13	13,0	13,0
	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	26	26,0	26,0
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	3	3,0	3,0
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	4	4,0	4,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0



ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ; 2

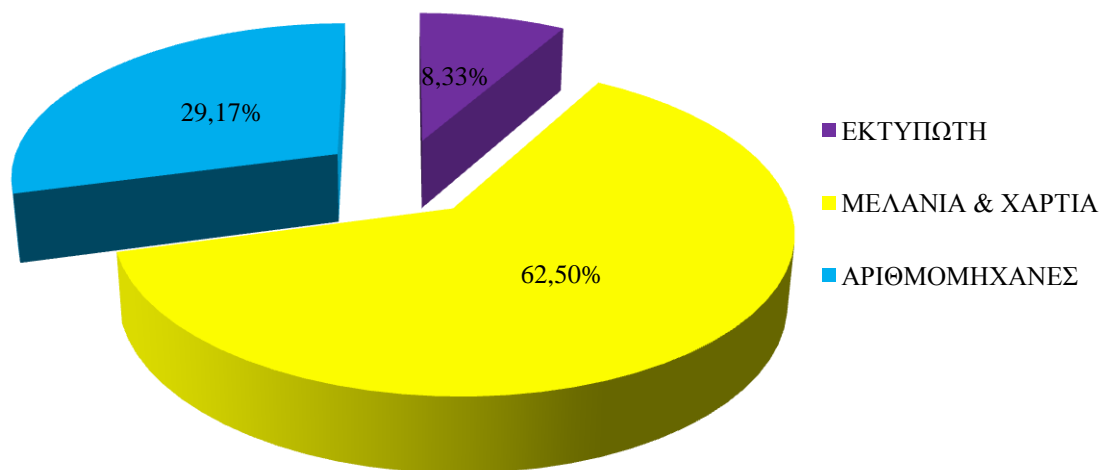
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ Η/Υ	4	4,0	6,78
	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	23	23,0	39,98
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	27	27,0	45,76
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	5	5,0	8,47
	Συνολικό	59	59,0	100,0
Missing	7	41	41,0	
Συνολικό		100	100,0	



ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ; 3

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	2	2,0	8,33
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	15	15,0	62,50
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	7	7,0	29,17
	Συνολικό	24	24,0	100,0
Missing	7	76	76,0	
Συνολικό		100	100,0	

**ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ;  
3η ΕΠΙΛΟΓΗ**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2

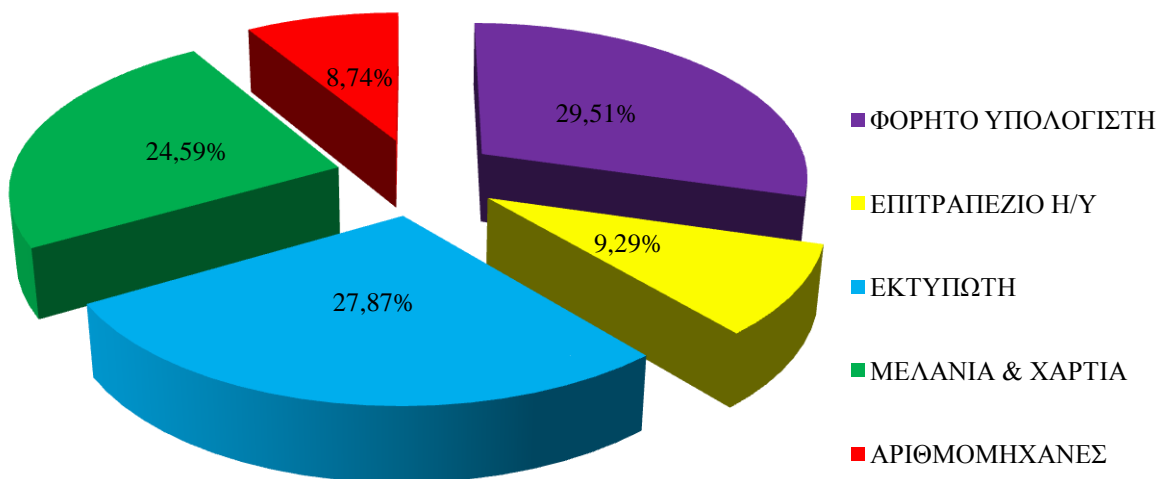


Συνολικά οι ερωτηθέντες, από τις 180 απαντήσεις που δόθηκαν, το 29,51% έχει αγοράσει φορητό υπολογιστή, το 9,29% έχει αγοράσει επιτραπέζιο Η/Υ, το 27,87% έχει αγοράσει εκτυπωτή, το 24,59% έχει αγοράσει μελάνια και χαρτιά και το 8,74% έχει αγοράσει αριθμομηχανές.

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ;  
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

	Ανταποκρίσεις		Ποσοστό επι συνόλου
	Αριθμός	Ποσοστό	
\$ΔΥΟ_ΝΕΟα ΦΟΡΗΤΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	54	29,51	54,00
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ Η/Υ	17	9,29	17,00
ΕΚΤΥΠΩΤΗ	51	27,87	51,00
ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	45	24,59	45,00
ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	16	8,74	16,00
Σύνολο	183	100,00	183,00

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΕΧΕΤΕ ΑΓΟΡΑΣΕΙ;  
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ



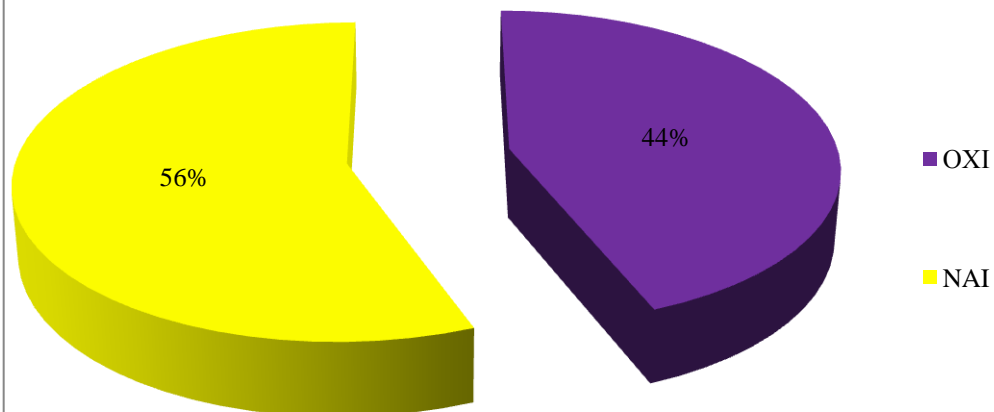
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

Το 56% των ερωτηθέντων αγόραζε ανέκαθεν προϊόντα από την ΗΡ, ενώ το υπόλοιπο 44% απάντησε πως προτιμούν άλλες εταιρείες, οι οποίες αναφέρονται σε επόμενη ερώτηση.

ΑΓΟΡΑΖΑΤΕ ΑΝΕΚΑΘΕΝ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΗΡ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΟΧΙ	44	44,0	44,0
	ΝΑΙ	56	56,0	56,0
Συνολικό		100	100,0	100,0

ΑΓΟΡΑΖΑΤΕ ΑΝΕΚΑΘΕΝ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΗΡ;

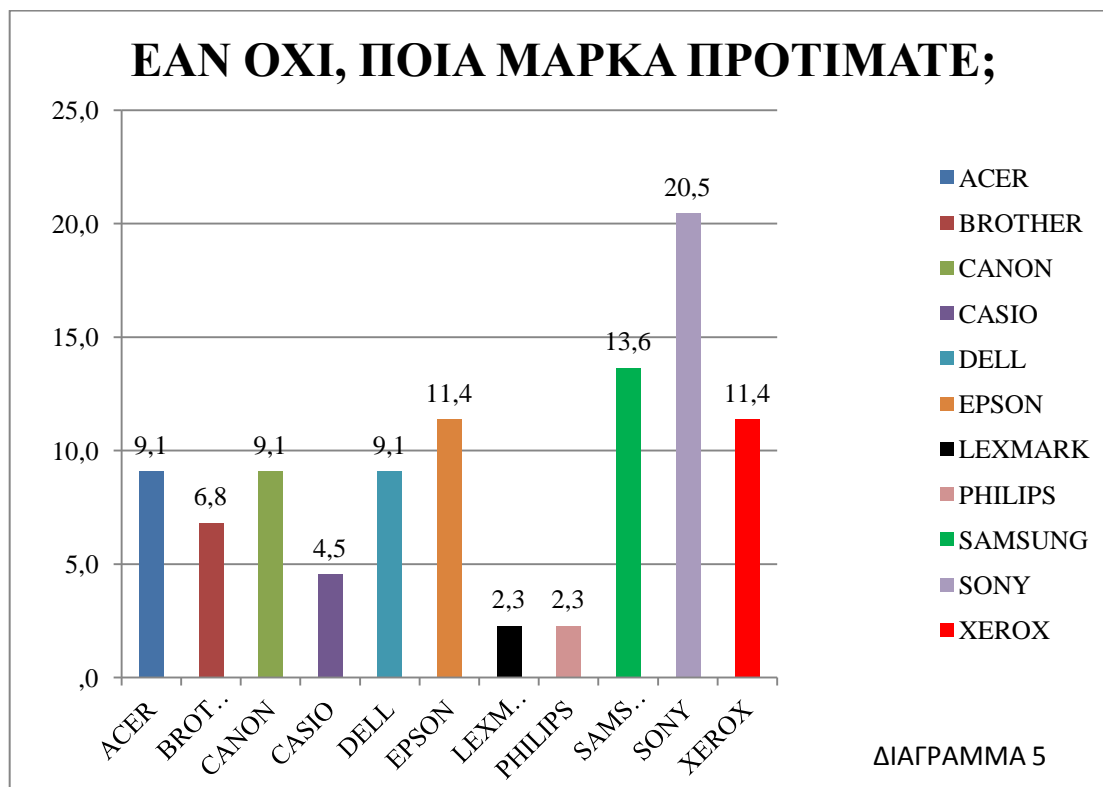


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4

Πιο κάτω παρουσιάζονται οι εταιρείες ανταγωνιστές της HP, έτσι όπως επιλέχθηκαν από τους ερωτηθέντες. Το 20,5% επιλέγει Sony, το 13,6% επιλέγει Samsung, από 11,4% επιλέγουν Epson και Xerox, από 9,1% έχουν επιλέξει Acer, Canon και Dell, 6,8% έχουν επιλέξει Brother και 4,5% έχουν επιλέξει Casio. Από 2,3% έχουν διαλέξει Philips και Lexmark.

ΕΑΝ ΟΧΙ, ΠΟΙΑ ΜΑΡΚΑ ΠΡΟΤΙΜΑΤΕ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ;

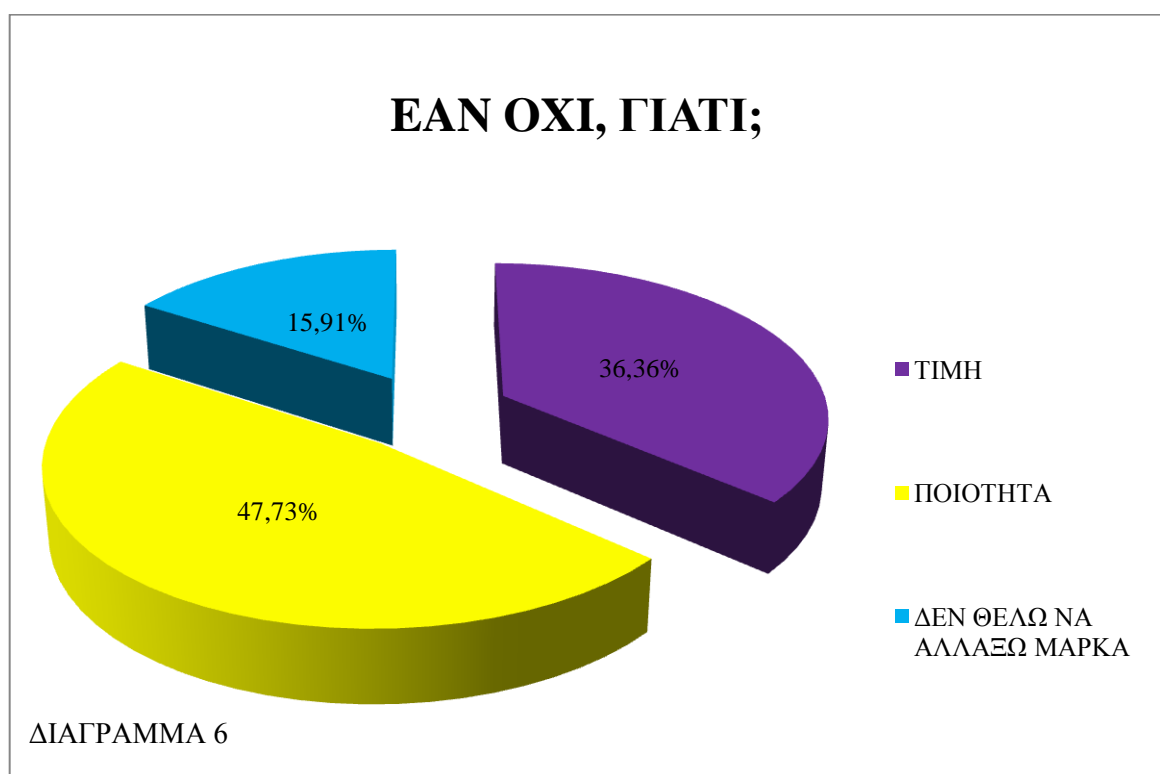
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ACER	4	4,0	9,1
	BROTHER	3	3,0	6,8
	CANON	4	4,0	9,1
	CASIO	2	2,0	4,5
	DELL	4	4,0	9,1
	EPSON	5	5,0	11,4
	LEXMARK	1	1,0	2,3
	PHILIPS	1	1,0	2,3
	SAMSUNG	6	6,0	13,6
	SONY	9	9,0	20,5
	XEROX	5	5,0	11,4
	Συνολικό	44	44,0	100,0
Missing	5	56	56,0	
Συνολικό	100	100,0		



Από τους 44 ερωτηθέντες που έχουν απαντήσει ότι δεν αγοράζαν ανέκαθεν προϊόντα HP, έχουν επιλέξει άλλες εταιρείες - οι οποίες αναφέρονται αναλυτικά πιο πάνω – το 47,7% αναφέρει ότι επιλέγει άλλη μάρκα λόγω ποιότητας, το 36,4% λόγω τιμής και το 15,9% δεν θέλει να αλλάξει μάρκα.

ΕΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑΤΙ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΤΙΜΗ	16	16,0	36,36
	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	21	21,0	47,73
	ΔΕΝ ΘΕΛΩ ΝΑ ΑΛΛΑΞΩ ΜΑΡΚΑ	7	7,0	15,91
	Συνολικό	44	44,0	100,0
Missing	5	56	56,0	
Συνολικό		100	100,0	

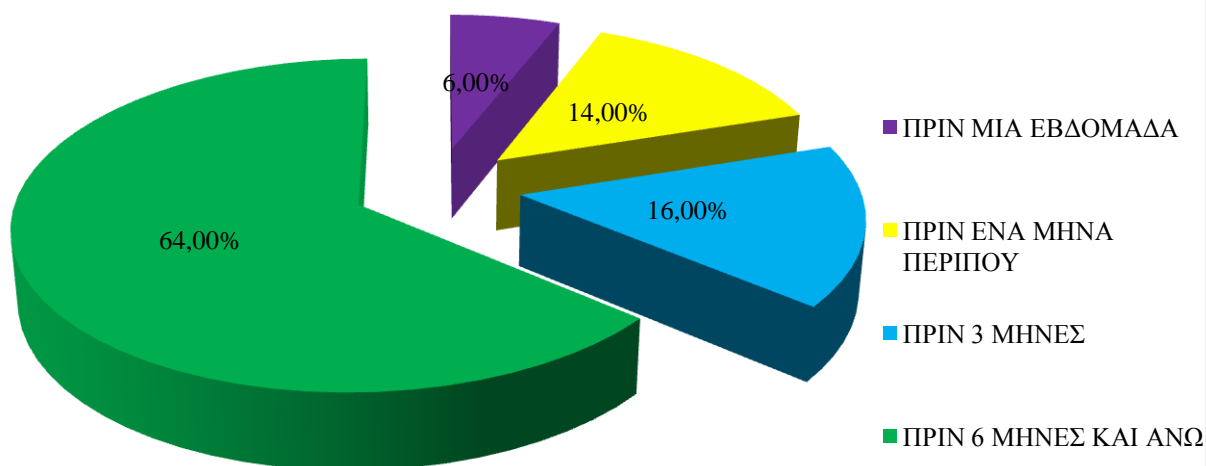


Η πλειοψηφία των καταναλωτών που φτάνει το 64% έχει κάνει τις αγορές του πριν 6 μήνες. Το 16% αγόρασε προϊόντα πριν από 3 μήνες, 14% πριν ένα μήνα και μόλις 6% πριν μια βδομάδα.

Η ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΗΡ ΗΤΑΝ:

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΠΡΙΝ ΜΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	6	6,0	6,0
	ΠΡΙΝ ΕΝΑ ΜΗΝΑ ΠΕΡΙΠΟΥ	14	14,0	14,0
	ΠΡΙΝ 3 ΜΗΝΕΣ	16	16,0	16,0
	ΠΡΙΝ 6 ΜΗΝΕΣ ΚΑΙ ΑΝΩ	64	64,0	64,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0

Η ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΗΡ ΗΤΑΝ:



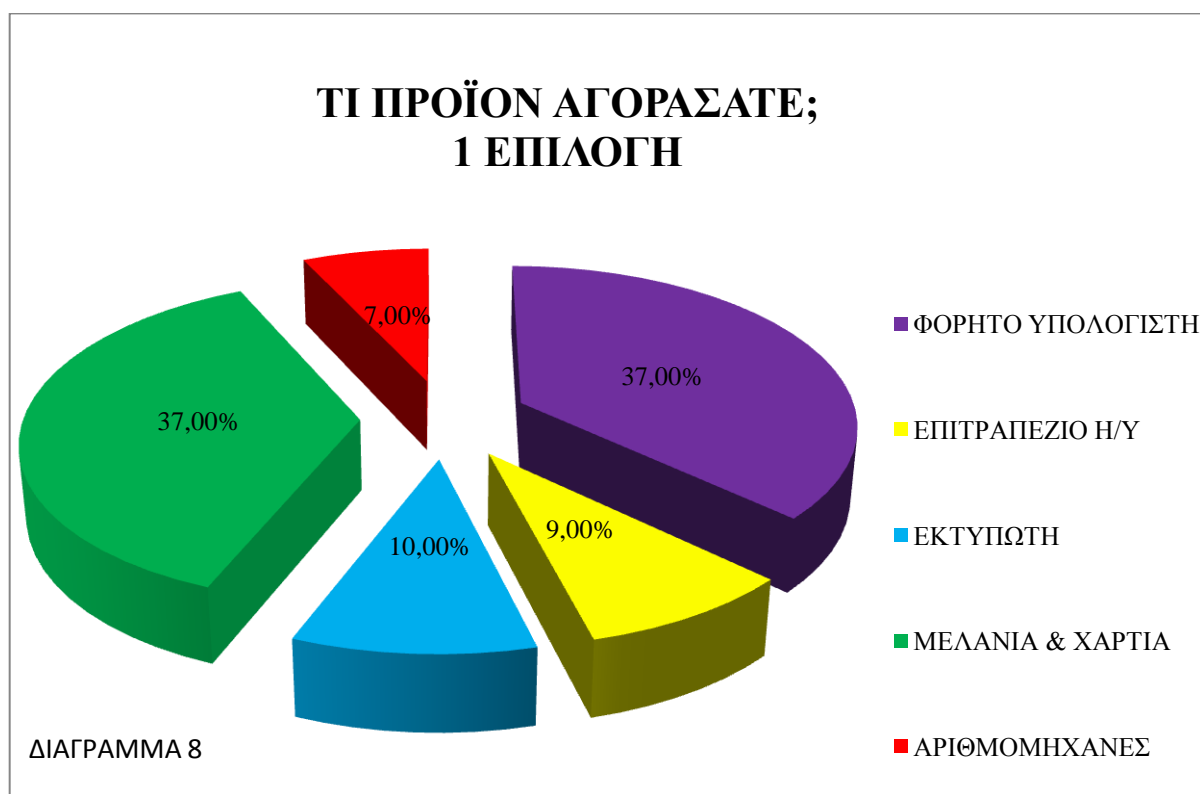
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

Όσον αφορά το τι προϊόν αγόρασε ο πελάτης την τελευταία φορά που έκανε αγορά οι πιο πολλές απαντήσεις που δόθηκαν σε ένα ερωτηματολόγιο ήταν δύο και συνολικά δόθηκαν 107 απαντήσεις. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 9 το 34,58% αγόρασε φορητό υπολογιστή, το 8,41% αγόρασε επιτραπέζιο Η/Υ, το 11,21% αγόρασε εκτυπωτή, το 37,38% αγόρασε μελάνια και χαρτιά και το 8,41% αγόρασε αριθμομηχανές.

Πιο κάτω υπάρχουν οι αναλυτικοί πίνακες για την πρώτη και δεύτερη επιλογή.

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ; 1

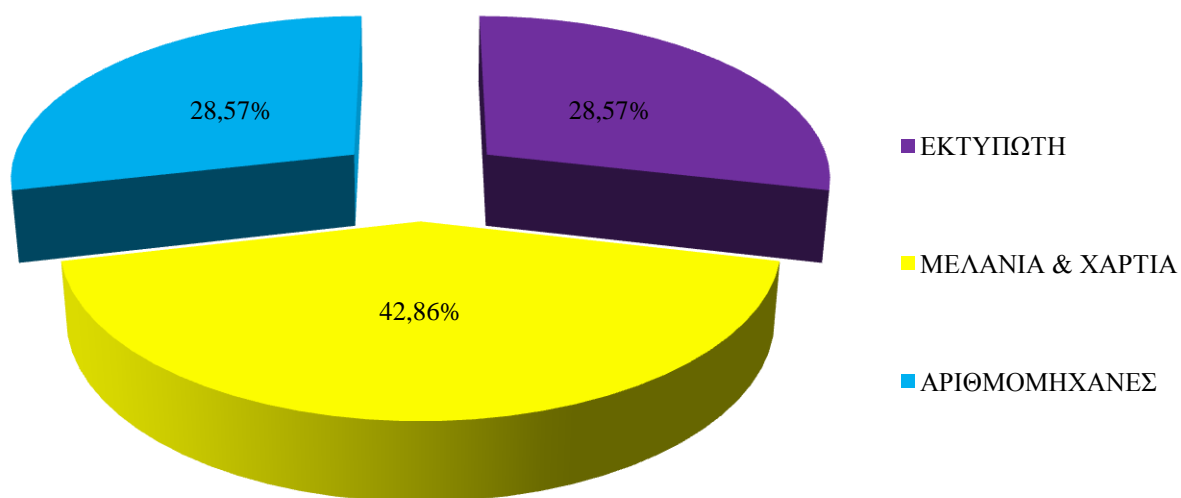
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΦΟΡΗΤΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	37	37,0	37,0
	ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ Η/Υ	9	9,0	9,0
	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	10	10,0	10,0
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	37	37,0	37,0
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	7	7,0	7,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0



ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ; 2

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	2	2,0	28,57
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	3	3,0	42,86
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	2	2,0	28,57
	Συνολικό	7	7,0	100,0
Missing	7	93	93,0	
Συνολικό		100	100,0	

**ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ;  
2 ΕΠΙΛΟΓΗ**

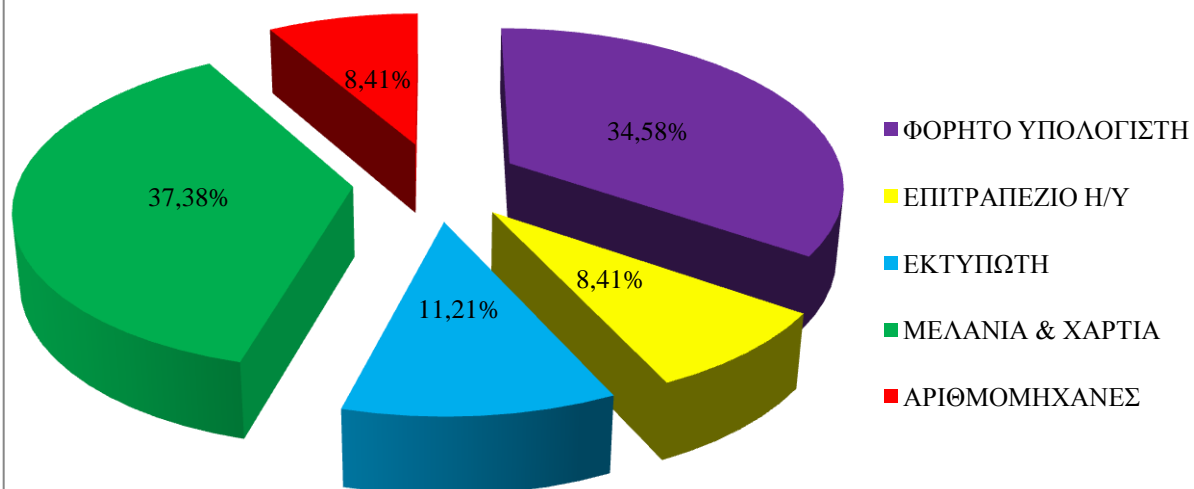


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8.1

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ; ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

		Ανταποκρίσεις		Ποσοστό επι συνόλου
		Αριθμός	Ποσοστό	
\$ΞΕΙ_ΝΕΟα	ΦΟΡΗΤΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	37	34,58	37,00
	ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ Η/Υ	9	8,41	9,00
	ΕΚΤΥΠΩΤΗ	12	11,21	12,00
	ΜΕΛΑΝΙΑ & ΧΑΡΤΙΑ	40	37,38	40,00
	ΑΡΙΘΜΟΜΗΧΑΝΕΣ	9	8,41	9,00
Σύνολο		107	100,00	107,00

**ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ;  
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9

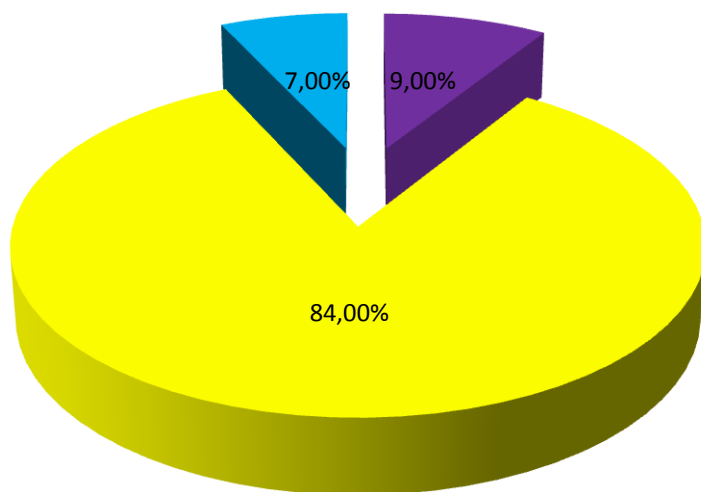


Ποσοστό που φτάνει στο 84% έχουν μείνει ικανοποιημένοι με την αγορά τους, 9% είναι δυσαρεστημένοι με την αγορά τους και 7% δεν είναι ούτε ικανοποιημένοι ούτε ευχαριστημένοι.

ΕΧΕΤΕ ΜΕΙΝΕΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΗΡ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΟΧΙ	9	9,0	9,0
	ΝΑΙ	84	84,0	84,0
	ΔΕΝ ΕΙΜΑΙ ΟΥΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ, ΟΥΤΕ ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΣ	7	7,0	7,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0

**ΕΧΕΤΕ ΜΕΙΝΕΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΗΡ;**



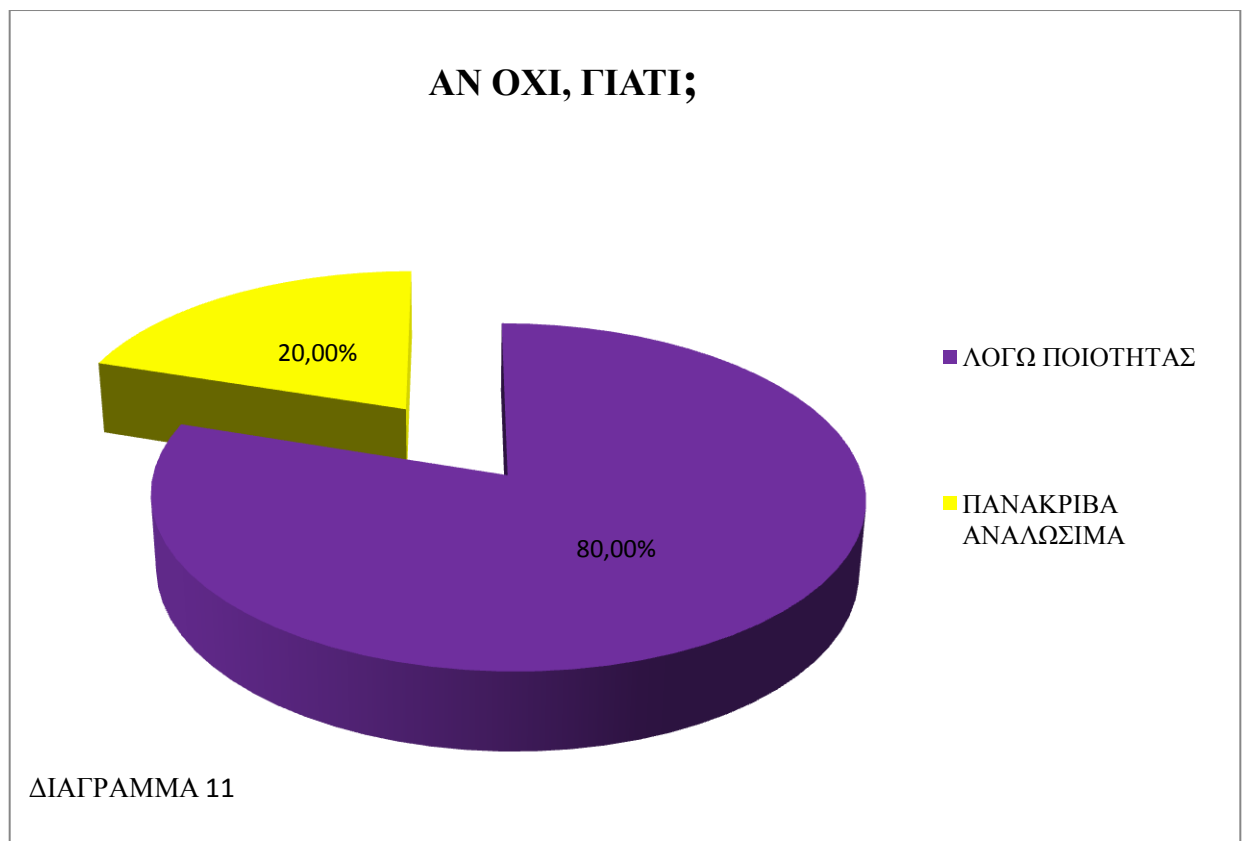
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10

■ ΟΧΙ    ■ ΝΑΙ    ■ ΔΕΝ ΕΙΜΑΙ ΟΥΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ, ΟΥΤΕ ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΣ

Όσοι δεν έχουν μείνει ευχαριστημένοι, στο 80% δεν άρεσε η ποιότητα του προϊόντος ενώ το 20% πιστεύει ότι τα αναλώσιμα της HP είναι πανάκριβα.

ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑΤΙ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΛΟΓΩ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	4	4,0	80,0
	ΠΑΝΑΚΡΙΒΑ ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ	1	1,0	20,0
	Συνολικό	5	5,0	100,0
Missing	5	95	95,0	
Συνολικό		100	100,0	

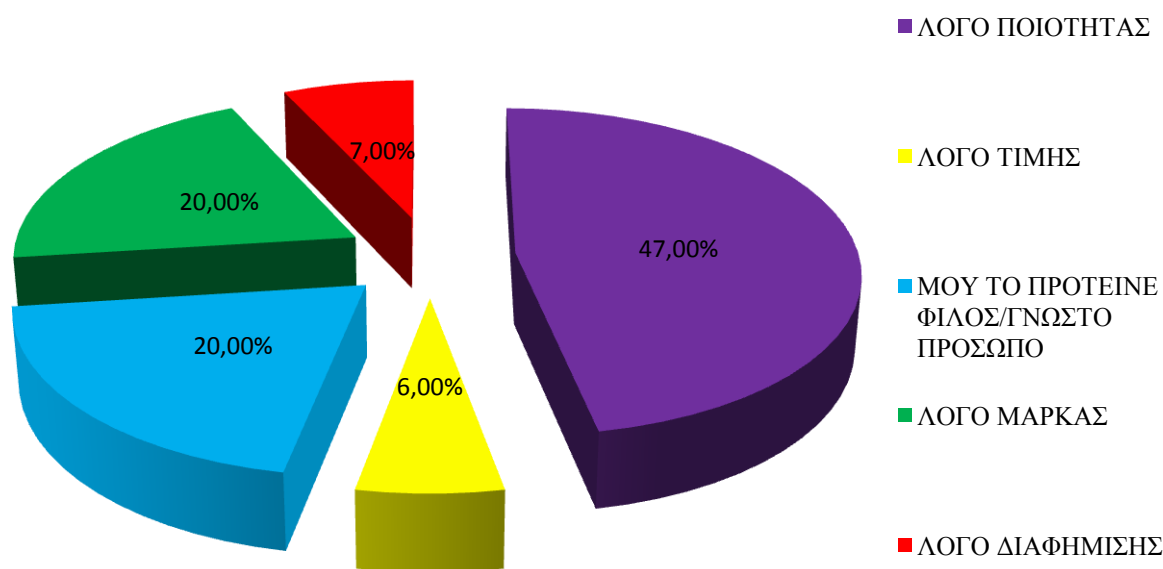


Η επιλογή προϊόντων έγινε με το 47% λόγω ποιότητας ενώ ακολουθεί η διαφήμιση στόμα σε στόμα και η μάρκα με 20% έκαστος, 7% λόγω διαφήμισης και 6% λόγω τιμής.

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΕΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΗΡ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΛΟΓΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	47	47,0	47,0
	ΛΟΓΟ ΤΙΜΗΣ	6	6,0	6,0
	ΜΟΥ ΤΟ ΠΡΟΤΕΙΝΕ ΦΙΛΟΣ/ΓΝΩΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ	20	20,0	20,0
	ΛΟΓΟ ΜΑΡΚΑΣ	20	20,0	20,0
	ΛΟΓΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	7	7,0	7,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΕΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΗΡ;



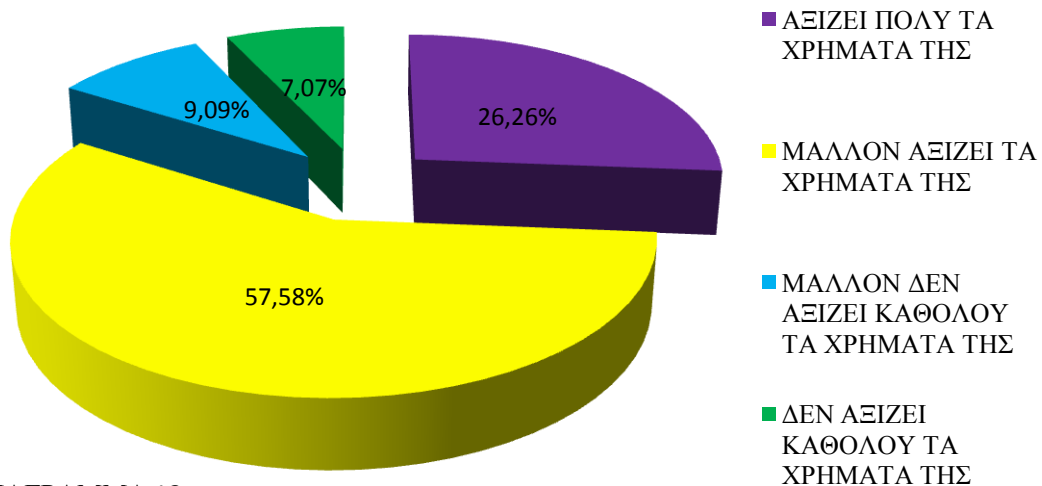
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12

Όσον αφορά την ικανοποίηση του πελάτη ως προς το προϊόν το 26,26% πιστεύει ότι η αγορά που έχουν κάνει αξίζει τα πολύ τα χρήματά της, το 57,58% πιστεύει ότι η αγορά του προϊόντος αξίζει τα χρήματά της, το 9,09% ότι μάλλον δεν αξίζει τα χρήματά της και το 7,7% ότι δεν αξίζει καθόλου τα χρήματά της. Γενικότερα το 84% απάντησε θετικά ενώ το 16% απάντησε αρνητικά.

ΠΙΣΤΕΥΕΤΑΙ ΟΤΙ Η ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΠΟΥ ΚΑΝΑΤΕ:

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΑΞΙΖΕΙ ΠΟΛΥ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ	26	26,0	26,26
	ΜΑΛΛΟΝ ΑΞΙΖΕΙ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ	57	57,0	57,58
	ΜΑΛΛΟΝ ΔΕΝ ΑΞΙΖΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ	9	9,0	9,09
	ΔΕΝ ΑΞΙΖΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ	7	7,0	7,07
	Σύνολο	99	99,0	100,0
Missing	7	1	1,0	
Συνολικό		100	100,0	

ΠΙΣΤΕΥΕΤΑΙ ΟΤΙ Η ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΠΟΥ ΚΑΝΑΤΕ:



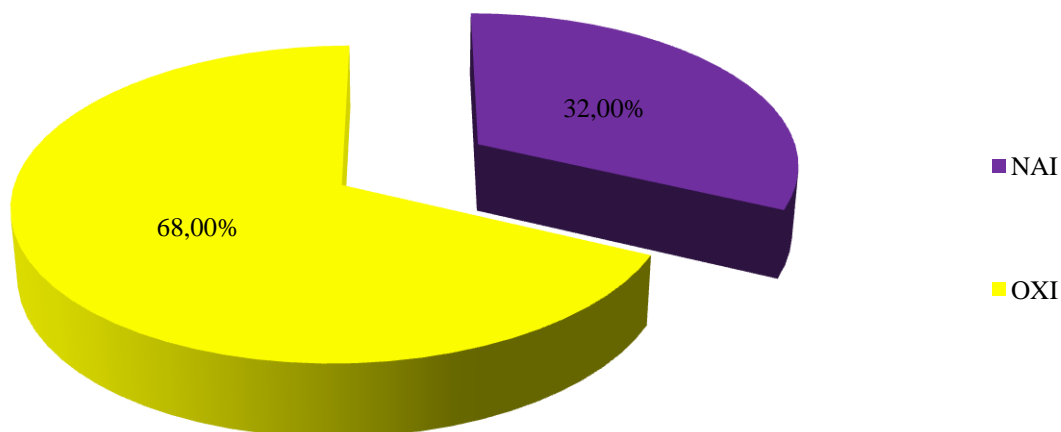
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13

Το 68% δεν είχε κάποιο λειτουργικό πρόβλημα με το προϊόν αντίθετα το 32% είχε λειτουργικό πρόβλημα.

ΕΙΧΑΤΕ ΠΟΤΕ ΤΟ ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΕ ΠΡΟΙΟΝ ΠΟΥ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΝΑΙ	32	32,0	32,0
	ΟΧΙ	68	68,0	68,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0

**ΕΙΧΑΤΕ ΠΟΤΕ ΤΟ ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΕ ΠΡΟΙΟΝ ΠΟΥ ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ;**



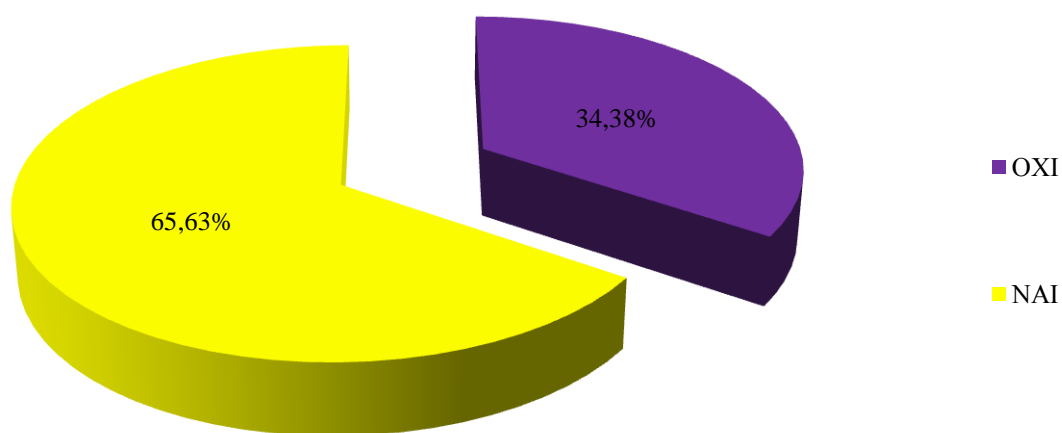
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14

Από τα άτομα που ανέφεραν ότι είχαν κάποιο λειτουργικό πρόβλημα με το προϊόν το 34,38% αναφέρει ότι δεν διορθώθηκε το πρόβλημα τους ενώ το 65,63% ότι επιδιορθώθηκε.

ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΘΗΚΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΑΣ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	OXI	11	11,0	34,4
	NAI	21	21,0	65,6
	Σύνολο	32	32,0	100,0
Missing	5	68	68,0	
Συνολικό		100	100,0	

ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΘΗΚΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΑΣ;



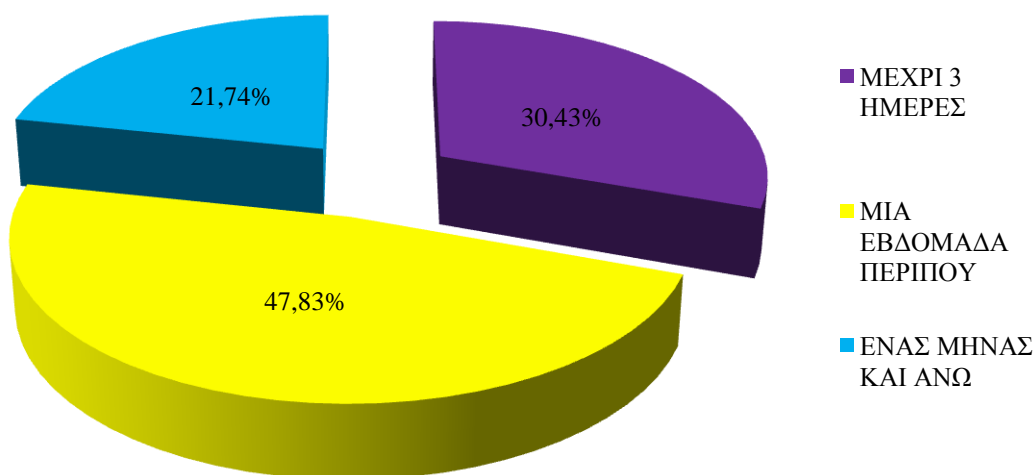
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15

Όσον αφορά το χρονικό περιθώριο που χρειάστηκε για να επιδιορθωθεί το πρόβλημα ήταν το 30,43% μέχρι 3 ημέρες, το 47,83% μια εβδομάδα ενώ το 21,74% χρειάστηκε ένας μήνας και άνω. Σαν επιλογή υπήρχε και η επιδιόρθωση σε 24 ώρες αλλά κανένας δεν το επέλεξε.

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΘΕΙ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΑΣ ΗΤΑΝ:

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΜΕΧΡΙ 3 ΗΜΕΡΕΣ	7	7,0	30,43
	ΜΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΠΕΡΙΠΟΥ	11	11,0	47,83
	ΕΝΑΣ ΜΗΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΩ	5	5,0	21,74
	Σύνολο	23	23,0	100,0
Missing	5	77	77,0	
Συνολικό		100	100,0	

**ΕΑΝ ΝΑΙ, ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΣΤΗΚΕ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΘΕΙ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΑΣ ΗΤΑΝ:**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16

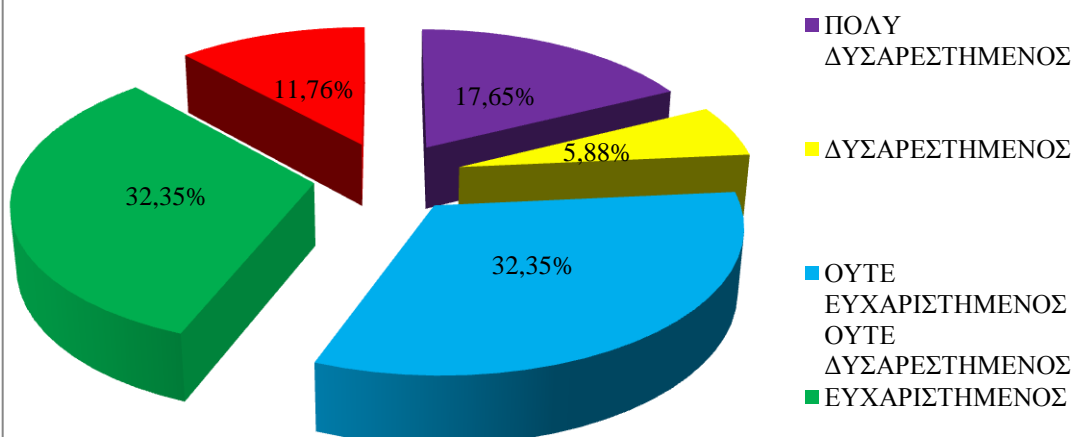
Αναφορικά με το πόσο ευχαριστημένοι είναι οι πελάτες (οι οποίοι είχαν κάποιο λειτουργικό πρόβλημα το οποίο επιδιορθώθηκε) με την εξυπηρέτηση πελατών το 11,8% είναι πολύ ευχαριστημένοι, το 32,4% είναι ευχαριστημένοι, το 32,4% δεν είναι ούτε ευχαριστημένοι ούτε δυσαρεστημένοι, το 5,9% είναι δυσαρεστημένοι ενώ το 17,6% είναι πολύ δυσαρεστημένοι.

Γενικότερα, το 44,2% έμειναν ευχαριστημένοι, το 32,4% δεν είναι ούτε ευχαριστημένοι ούτε δυσαρεστημένοι και το 23,5% έμειναν δυσαρεστημένοι.

**ΕΙΣΤΕ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΕΞΥΠΗΡΤΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ ΗΡ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ;**

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΠΟΛΥ ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΣ	6	6,0	17,6
	ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΣ	2	2,0	5,9
	ΟΥΤΕ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΣ ΟΥΤΕ ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΣ	11	11,0	32,4
	ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΣ	11	11,0	32,4
	ΠΟΛΥ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΣ	4	4,0	11,8
	Σύνολο	34	34,0	100,0
Missing	7	66	66,0	
Συνολικό		100	100,0	

**ΕΙΣΤΕ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΕΞΥΠΗΡΤΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ ΗΡ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ;**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17

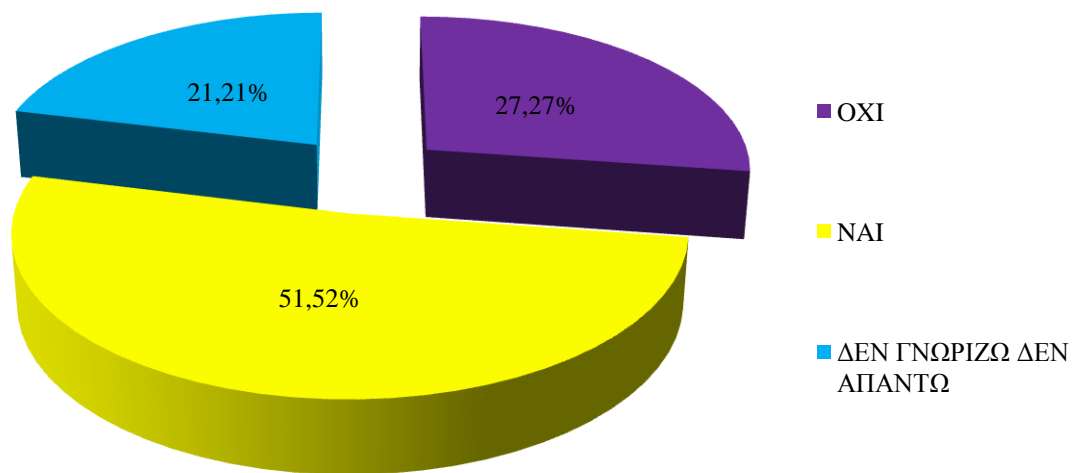


Μετά το πρόβλημα στο προϊόν το 51,52% θα συνεχίσει να αγοράζει προϊόντα, το 27,27% δεν θα συνεχίσει να αγοράσει και το 21,21% δεν γνωρίζει.

ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΥΝΕΧΙΣΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΗΡ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	OXI	9	9,0	27,27
	NAI	17	17,0	51,52
	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	7	7,0	21,21
	Συνολικό	33	33,0	100,0
Missing	5	67	67,0	
Συνολικό		100	100,0	

ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΥΝΕΧΙΣΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΗΡ;



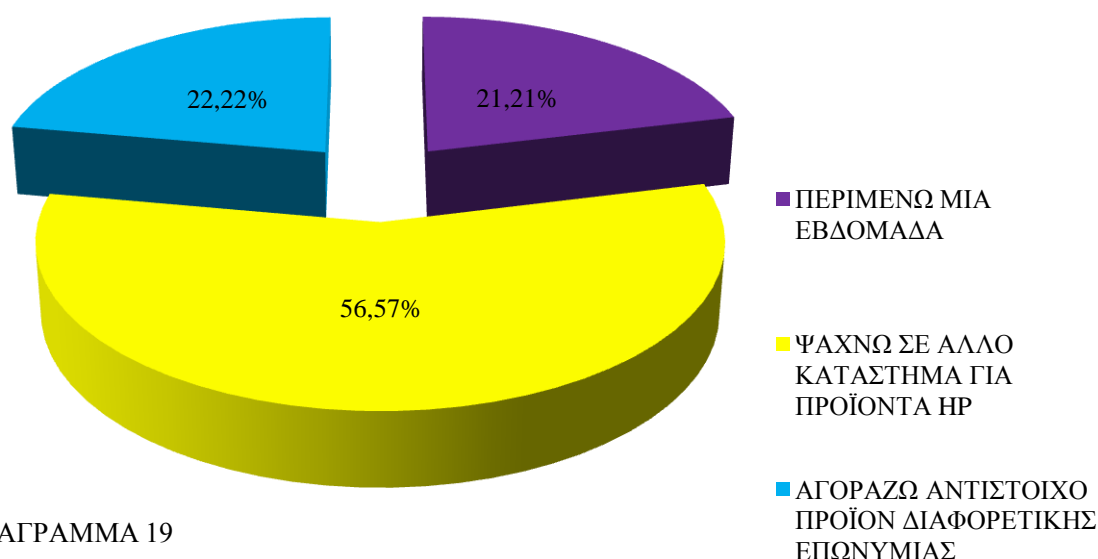
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18

Όσον αφορά μια υποθετική ερώτηση για την έλλειψη άμεσης διαθεσιμότητας σε προϊόν από το κατάστημα που προμηθεύετε ΗΡ, ο πελάτης αναφέρει ότι το 56,57% θα ψάξει σε άλλο κατάστημα για το προϊόν που θέλουν, το 22,22% θα αγόραζε προϊόν άλλης επωνυμίας, το 21,21% θα περίμενε μια εβδομάδα στο κατάστημά τους και σε ένα ερωτηματολόγιο δεν είχαν απαντήσει καθόλου.

ΕΑΝ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΕΣΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΗΡ, ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΑΜΕΣΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΕΤΕ, ΑΛΛΑ ΤΟ ΕΧΕΙ ΣΕ ΜΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ, ΤΙ ΚΑΝΕΤΕ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΠΕΡΙΜΕΝΩ ΜΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	21	21,0	21,21
	ΨΑΧΝΩ ΣΕ ΑΛΛΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΗΡ	56	56,0	56,57
	ΑΓΟΡΑΖΩ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟ ΠΡΟΪΟΝ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ	22	22,0	22,22
	Σύνολο	99	99,0	100,0
Missing	7	1	1,0	
Συνολικό		100	100,0	

**ΕΑΝ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΕΣΤΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΗΡ, ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΑΜΕΣΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΕΤΕ, ΑΛΛΑ ΤΟ ΕΧΕΙ ΣΕ ΜΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ, ΤΙ ΚΑΝΕΤΕ;**



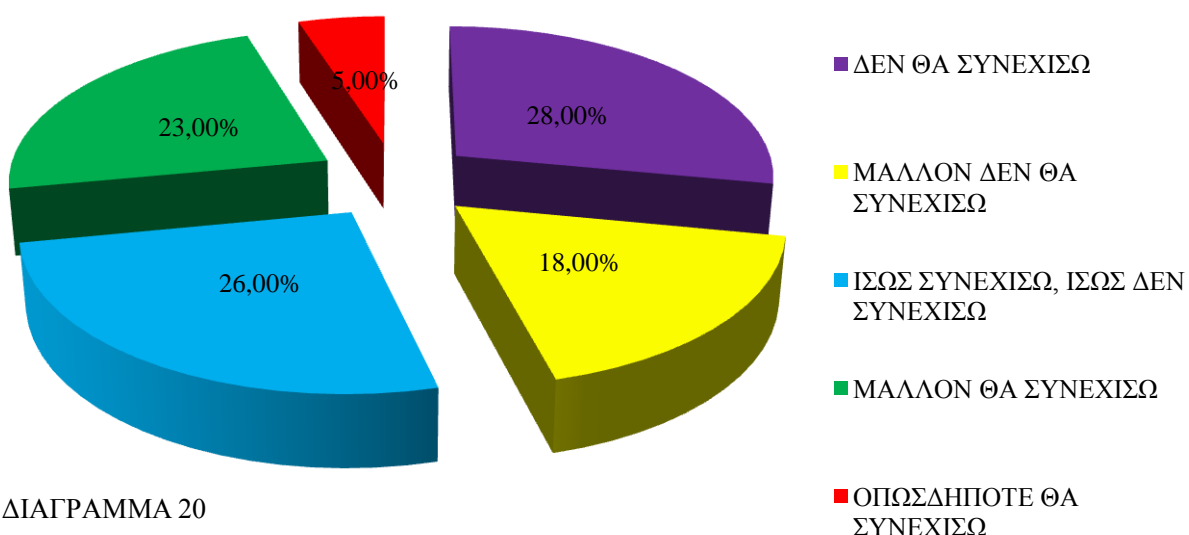
Σε μια υποθετική ερώτηση «εάν η ΗΡ αυξήσει τις τιμές κατά 20% θα συνεχίζεται να αγοράζετε;» το 28% δεν θα συνεχίσει, το 18% μάλλον δεν θα συνεχίσει, το 26% ίσως συνεχίσει ίσως δεν συνεχίσει, το 23% μάλλον θα συνεχίσει και το 5% οπωσδήποτε θα συνεχίσει.

Γενικότερα το 28% απάντησε θετικά, το 26% είναι αναποφάσιστοι και το 46% απάντησε αρνητικά.

ΕΑΝ Η ΗΡ ΑΥΞΗΣΕΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΗΣ ΓΙΑ 20% ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΖΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΔΕΝ ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΩ	28	28,0	28,0
	ΜΑΛΛΟΝ ΔΕΝ ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΩ	18	18,0	18,0
	ΙΣΩΣ ΣΥΝΕΧΙΣΩ, ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΣΥΝΕΧΙΣΩ	26	26,0	26,0
	ΜΑΛΛΟΝ ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΩ	23	23,0	23,0
	ΟΠΩΣΔΗΠΟΤΕ ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΩ	5	5,0	5,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0

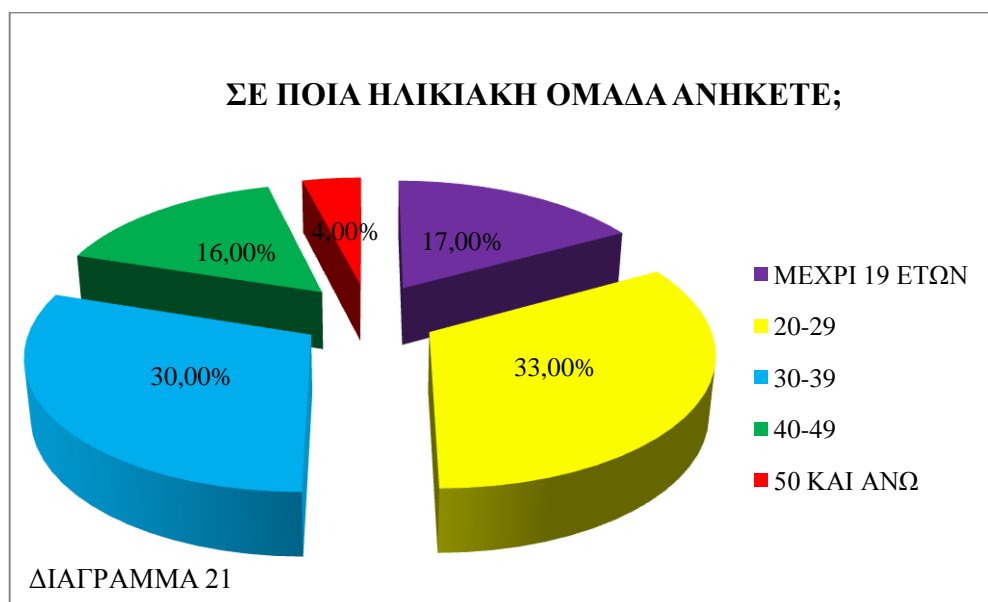
ΕΑΝ Η ΗΡ ΑΥΞΗΣΕΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΗΣ ΓΙΑ 20% ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΖΑΤΕ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ;



Οι ηλικίες των ερωτηθέντων είναι το 17% μέχρι 19 ετών, το 33% από 20 μέχρι 29 ετών, το 30% από 30 μέχρι 39 ετών, το 16% από 40 μέχρι 49 και το 4% από 50 ετών και άνω.

ΣΕ ΠΟΙΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ ΑΝΗΚΕΤΕ;

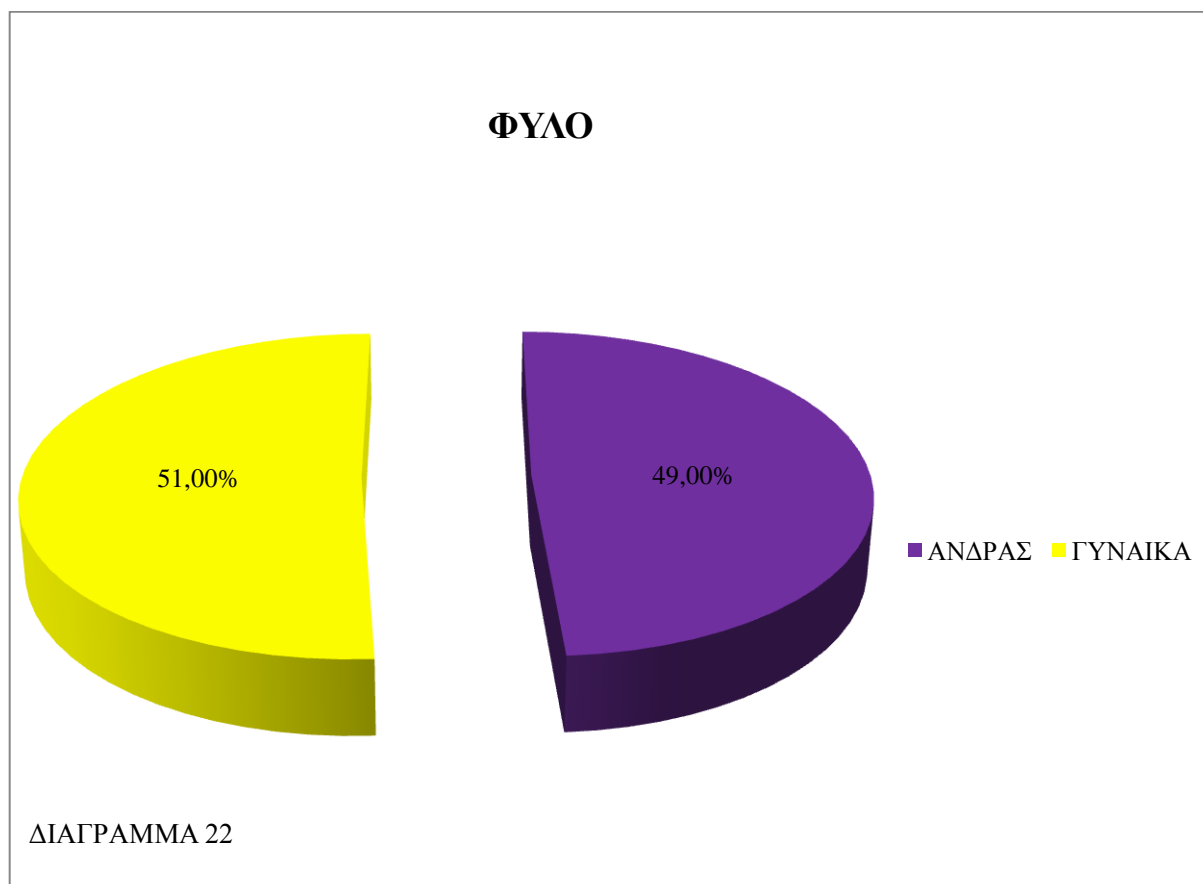
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΜΕΧΡΙ 19 ΕΤΩΝ	17	17,0	17,0
	20-29	33	33,0	33,0
	30-39	30	30,0	30,0
	40-49	16	16,0	16,0
	50 ΚΑΙ ΑΝΩ	4	4,0	4,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0



Το φύλο των ερωτηθέντων είναι 51% γυναίκες και 49% άνδρες.

ΤΙ ΦΥΛΟ ΕΙΣΤΕ;

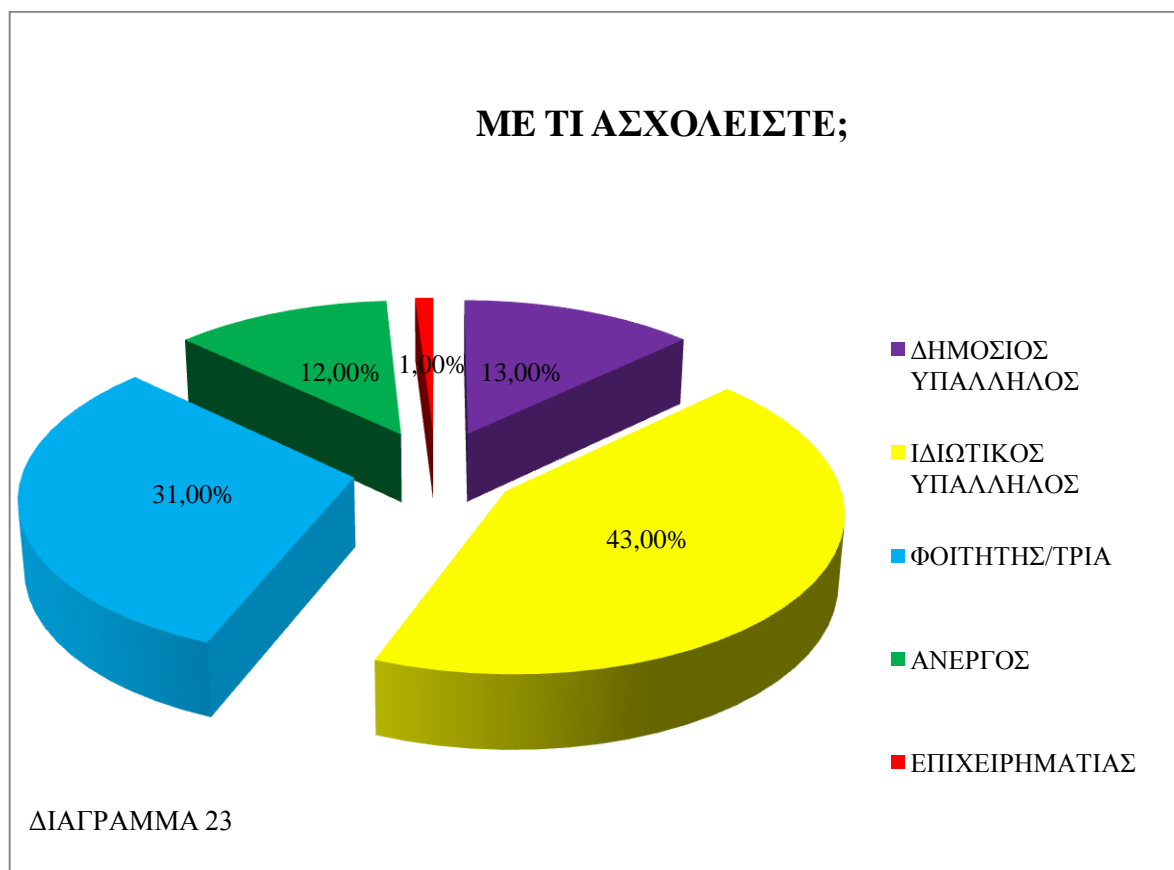
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΑΝΔΡΑΣ	49	49,0	49,0
	ΓΥΝΑΙΚΑ	51	51,0	51,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0



Η απασχόληση των ερωτηθέντων ήταν 43% ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 31% φοιτητές, το 13% δημόσιοι υπάλληλοι, το 12% άνεργοι και 1% επιχειρηματίας.

ΜΕ ΤΙ ΑΣΧΟΛΕΙΣΤΕ;

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρο	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	13	13,0	13,0
	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	43	43,0	43,0
	ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ	31	31,0	31,0
	ΑΝΕΡΓΟΣ	12	12,0	12,0
	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ	1	1,0	1,0
	Συνολικό	100	100,0	100,0



## **4.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Χωρίς τις ανταγωνιστικές στρατηγικές, τις στρατηγικές σταθερότητας, ανάπτυξης και διάσωσης καμία επιχείρηση δεν θα μπορούσε να επιβιώσει στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε.

Η Hewlett-Packard μια πολυεθνική εταιρεία ακολούθησε διάφορες στρατηγικές κατά την διάρκεια της πορείας της σαν διεθνή εταιρεία, ξεκινώντας με ηγεσία κόστους καταφέροντας να μειώσει την τιμή αυξάνοντας την ποιότητα σε πάρα πολλά προϊόντα. Συνέχισε για δεκαετίες να προσφέρει προϊόντα με χαμηλότερες τιμές και καλύτερη ποιότητα από τους ανταγωνιστές της. Όμως με τις θεμελιώδεις ικανότητες που δημιούργησε δεν θα μπορούσε να παραμείνει ηγέτιδα στον τομέα της για πάντα. Αντίθετα πρέπει να συνεχίζει να πρωτοπορεί με καινούρια προϊόντα για να μην χάσει το ενδιαφέρον των πελατών της και εξελίξεις για να μην αντικατασταθεί στα μερίδια αγοράς από τους ανταγωνιστές της.

Από το 1958 και αργότερα ξεκίνησε τις εξαγορές και τις συγχωνεύσεις με διάφορες εταιρείες με στρατηγικές συσχετισμένης διαφοροποίησης οι οποίες διέδρυναν τις ασχολίες και τον κατάλογο προϊόντων της εταιρείας. Μετά την κρίση το 2007 η εταιρεία προσπάθησε μέσω συγχώνευσης με την 3Com να πιέσει την προώθηση καταστημάτων τα οποία θα είχαν όλα τα προϊόντα διαθέσιμα για τον πελάτη σε ένα και μόνο κατάστημα.

Στο ερωτηματολόγιο που δόθηκε το οποίο αφορούσε τις προτιμήσεις των πελατών σε ότι αφορά τα προϊόντα της HP τα σημαντικότερα αποτελέσματα ήταν ότι

- το 59 % των ερωτηθέντων έχει αγοράσει πάνω από ένα προϊόν της HP εκ των οποίων ο 1 στους 3 έχει αγοράσει υπολογιστή. Στα μερίδια αγοράς όμως βλέπουμε μια πτώση των πωλήσεων στους υπολογιστές γενικότερα, καθώς και το γεγονός ότι η HP έχει χάσει την πρώτη θέση εδώ και δυο χρόνια.
- Το 56% αγόραζε ανέκαθεν προϊόντα της HP. ενώ το υπόλοιπο ποσοστό προτιμά τις εταιρείες Sony, Samsung, Epson, Xerox, Acer, Cannon, Dell κ.α. λόγω ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων τους.
- Το 64% έχει κάνει αγορές πριν έξι μήνες. Παρόλο που οι καταναλωτές δείχνουν να ενδιαφέρονται για τα προϊόντα της HP η κρίση δεν επιτρέπει την κατανάλωση σε είδη δεύτερης ανάγκης.
- Το 84% έχουν μείνει ικανοποιημένοι με την αγορά τους, ενώ όσοι δεν έχουν μείνει ικανοποιημένοι ποσοστό 80% δεν τους άρεσε η ποιότητα. Η αγορά προϊόντων στους 1 από τους 2 έγινε λόγω ποιότητας το οποίο έρχεται σε αντίθεση με τους ανικανοποίητους πελάτες.
- Το 84% πιστεύει ότι η αγορά που έκαναν άξιζε τα χρήματά της, το 68% δεν είχε ποτέ κάποιο λειτουργικό πρόβλημα

- Ένας στους δύο έμειναν ευχαριστημένοι με την εξυπηρέτηση πελατών και θα συνεχίσουν να αγοράζουν προϊόντα της HP

Όσον αφορά τις εξαγωγές η εταιρεία με την συνεχή εναλλαγή διευθύνων σύμβουλων<sup>18</sup> στον 21<sup>ο</sup> αιώνα ανά τακτά χρονικά διαστήματα είχε τεράστιες ζημίες καθώς ορισμένες από τις αποφάσεις της των συμβούλων της ήταν λανθασμένες όπως το να επικεντρωθούν σε άλλες αγορές αφήνοντας την αγορά των tablet και των smartphone. Με την απόφαση αυτή έδωσαν το προβάδισμα σε ανταγωνιστές να αυξήσουν τα κέρδη τους καθώς η αγορά προσωπικού υπολογιστή μειώθηκε. Η HP έχασε την πρώτη θέση στην παγκόσμια αγορά Η/Υ που κατείχε μέχρι το 2012 από την ανταγωνίστρια Lenovo. Αντίστοιχα η Lenovo το 2013 αύξησε τις πωλήσεις της και το 2014 εκτόπισε τον ανταγωνισμό αυξάνοντας το μερίδιο που κατείχε την προηγούμενη χρονιά στην αγορά παρόλο που μειώθηκαν γενικότερα οι πωλήσεις.

Η εταιρεία σαν λύση για την επιβίωσή της αποφάσισε να μειώσει τα έξοδά της με περικοπές στο εργατικό δυναμικό που φτάνουν στις 50,000 απολύσεις καθώς και με πώληση μετοχών στο 51% μιας κινέζικης εταιρείας διαχωρισμού δεδομένων για 2,3 δις.

Το 2014 η HP ανακοίνωσε τα σχέδιά της να χωρίσει τις δραστηριότητές της στους Η/Υ και στους εκτυπωτές επιχειρήσεων σε δύο διαφορετικές εταιρείες για να μπορεί να ανταπεξέλθει στην τεράστια γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών που διαθέτει. Θα αναφερθούν μελλοντικά περαιτέρω διευκρινήσεις σχετικά με τις κινήσεις της εταιρείας εφόσον το μόνο που έχει ανακοινωθεί μέχρι τώρα είναι οι επωνυμίες των δύο εταιρειών: Hewlett Packard Enterprise και HP Inc και ότι η διάσπαση θα ολοκληρωθεί τον Οκτώβριο του 2015.

Άγνωστο είναι και το μέλλον των HP labs. Θα διασπαστούν και αυτά;

Θα τα καταφέρει η εταιρεία στο καινούριο κεφάλαιο που ανοίγει; Η ιστορία μέχρι τώρα φαίνεται να είναι υπέρ της αλλά τα αποτελέσματα θα φανούν στο μέλλον.

---

<sup>18</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Hewlett-Packard\\_executive\\_leadership](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Hewlett-Packard_executive_leadership)



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Κιόχου Α. Πέτρου και Κιόχου Π. Απόστολος (2010) - Στατιστική για τις επιχειρήσεις και την οικονομία, Αθήνα: Κιόχου
- Παπαδάκης Μ. Βασίλης (2007) – Στρατηγική των επιχειρήσεων: ελληνική και διεθνής εμπειρία τόμος α', Αθήνα :Μπένιου
- Παπαδάκης Μ. Βασίλης (2002) – Στρατηγική των επιχειρήσεων: ελληνική και διεθνής εμπειρία τόμος β', Αθήνα :Μπένιου
- Πετράκης Μιχάλης (2006) – Έρευνα Marketing η ερευνητική μεθοδολογία Αθήνα : Σταμούλης
- Σιωμάκος Ι. Γιώργος και Μαύρος Α. Δημήτρης (2008) – Έρευνα αγοράς, Αθήνα: Σταμούλης
- Smith Grieve John (1987) – Εισαγωγή στην στρατηγική των επιχειρήσεων Αθήνα: Compupress

## **❖ Ιστοσελίδες**

- <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE>
- <http://www8.hp.com/us/en/hp-information/about-hp/history/hp-timeline/timeline.html>
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard>
- <http://www8.hp.com/us/en/hp-information/about-hp/history/innovation-gallery.html>
- <http://www.businessinsider.com/hp-reports-earnings-2014-11><sup>1</sup>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett\\_Packard](https://en.wikipedia.org/wiki/Hewlett_Packard)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_acquisitions\\_by\\_Hewlett-Packard](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_acquisitions_by_Hewlett-Packard)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Analytical\\_chemistry](https://en.wikipedia.org/wiki/Analytical_chemistry)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Ericsson\\_Hewlett\\_Packard\\_Telecom](https://en.wikipedia.org/wiki/Ericsson_Hewlett_Packard_Telecom)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Cable\\_tester](https://en.wikipedia.org/wiki/Cable_tester)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Market\\_share\\_of\\_personal\\_computer\\_vendors#1996-2014](https://en.wikipedia.org/wiki/Market_share_of_personal_computer_vendors#1996-2014)
- [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7\\_PEST](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_PEST)
- [http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes\\_diktywn/case\\_studies/dioik\\_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf](http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/case_studies/dioik_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf)
- [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7\\_SWOT](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_SWOT)
- [http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes\\_diktywn/case\\_studies/dioik\\_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf](http://www.conta.uom.gr/conta/ekpaideysh/metaptyxiaka/strathgikes_diktywn/case_studies/dioik_oikon/lectures/03%20-%20PEST,%20SWOT%20analysis.pdf)
- [http://www.technicomer.gr/PPP\\_Brochure\\_Greek.pdf](http://www.technicomer.gr/PPP_Brochure_Greek.pdf)

- [http://www.nytimes.com/2015/05/22/technology/hewlett-packard-reports-drop-in-profit-and-sales.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/05/22/technology/hewlett-packard-reports-drop-in-profit-and-sales.html?_r=0)
- <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-06-04/hewlett-packard-steps-up-international-hiring>
- <http://www8.hp.com/us/en/hp-news/press-release.html?wireId=1923229&pageTitle=HP+Reports+Fiscal+2015+First+Quarter+Results+#.VOzsBPnF92Q>
- <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-02-24/hewlett-packard-s-impending-split-clouded-by-missed-forecast>
- <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704576204574530001155685762>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Hewlett-Packard\\_executive\\_leadership](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Hewlett-Packard_executive_leadership)

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η έρευνα αυτή γίνεται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων με θέμα που αφορά την εταιρεία Hewlett – Packard. Η συμμετοχή σας είναι σημαντική και οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν ανώνυμες. Ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Στόχος: Κατά πόσο οι πελάτες της HP είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που διαθέτει η εταιρεία καθώς και για τις υπηρεσίες της εταιρείας μετά την αγορά του προϊόντος (after sales support).

1. Έχετε αγοράσει ποτέ προϊόν της HP;  
α. Όχι                    β. Ναι
  
2. Τι προϊόν έχετε αγοράσει; Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις.  
Α) φορητό υπολογιστή  
Β) επιτραπέζιο Η/Υ  
Γ) εκτυπωτή  
Δ) μελάνια & χαρτιά  
Ε) αριθμομηχανές  
Στ) άλλο .....
  
3. Αγοράζατε ανέκαθεν προϊόντα της HP;  
α. Όχι                    β. Ναι
  
4. α) Εάν όχι, ποια μάρκα προτιμάτε; β) Και γιατί;  
α) Μάρκα: .....  
β) Λόγω :            α. Τιμής  
                          β. ποιότητας  
                          γ. δεν θέλω να αλλάξω μάρκα/μου αρέσει η συγκεκριμένη μάρκα  
                          δ. άλλο .....

5. Η τελευταία αγορά προϊόντος HP ήταν:
- α. πριν μια εβδομάδα
  - β. πριν ένα μήνα περίπου
  - γ. πριν 3 μήνες
  - δ. πριν 6 μήνες και άνω
6. Τι προϊόν αγοράσατε;
- A) φορητό υπολογιστή
  - B) επιτραπέζιο H/Y
  - Γ) εκτυπωτή
  - Δ) μελάνια & χαρτιά
  - E) αριθμομηχανές
  - Στ) άλλο .....
7. Έχετε μείνει ευχαριστημένοι με την αγορά προϊόντος HP;
- α. Όχι
  - β. Ναι
  - γ. Δεν είμαι ικανοποιημένος, ούτε ευχαριστημένος
- Αν όχι γιατί; .....
8. Γιατί επιλέξατε να αγοράσετε προϊόντα HP;
- α. λόγο ποιότητας
  - β. λόγο τιμής
  - γ. μου το πρότεινε φίλος/γνωστός πρόσωπο
  - δ. λόγο μάρκας
  - ε. λόγω διαφήμισης
  - στ. άλλο : .....
9. Πιστεύεται ότι η αγορά του προϊόντος που κάνατε:
- α. αξίζει πολύ τα χρήματά της
  - β. μάλλον αξίζει τα χρήματά της
  - γ. μάλλον δεν αξίζει καθόλου τα χρήματά της
  - δ. δεν αξίζει καθόλου τα χρήματά της
10. Η HP διαφημίζει ότι ένας από τους βασικούς εταιρικούς στόχους της είναι να παρέχει τις καλύτερες τεχνικές υπηρεσίες στους πελάτες της. Είχατε ποτέ το οποιοδήποτε λειτουργικό πρόβλημα σε προϊόν που αγοράσατε;
- α. Ναι (εάν ισχύει αυτή η απάντηση τότε παρακαλώ προχωρήστε στην επόμενη ερώτηση)
  - β. Όχι (εάν ισχύει αυτή η απάντηση τότε παρακαλώ προχωρήστε στην ερώτηση 14)

11. Επιδιορθώθηκε το πρόβλημά σας;

- α. Όχι
- β. Ναι

Εάν Ναι, το χρονικό διάστημα που χρειάστηκε για να επιδιορθωθεί το πρόβλημά σας ήταν:

- α. 24 ώρες
- β. μέχρι 3 ημέρες
- γ. μια βδομάδα περίπου
- δ. ένας μήνας και άνω

12. Είστε ευχαριστημένοι με τις υπηρεσίες που προσφέρει η εξυπηρέτηση πελατών της HP μετά την αγορά του προϊόντος; Παρακαλώ απαντήστε με το 5 να είναι «είμαι πολύ ευχαριστημένος/η» και το 1 «δεν είμαι καθόλου ευχαριστημένος/η».

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

13. Μετά το πρόβλημα στο προϊόν, συνεχίσατε να αγοράζετε προϊόντα της HP;

- α. Όχι
- β. Ναι
- γ. Δεν γνωρίζω, δεν απαντώ

14. Εάν το κατάστημα που προμηθεύεστε προϊόντα της HP, δεν έχει άμεσα διαθέσιμο το προϊόν που θέλετε να αγοράσετε, αλλά θα το έχει σε μια εβδομάδα, τι κάνετε;

- α. περιμένω μια εβδομάδα
- β. ψάχνω σε άλλο κατάστημα για προϊόντα HP
- γ. αγοράζω αντίστοιχο προϊόν διαφορετικής επωνυμίας

15. Εάν η HP αυξήσει τις τιμές της κατά 20%, θα συνεχίζετε να αγοράζετε; Παρακαλώ απαντήστε με το 5 «θα συνέχιζα να αγοράζω» και το 1 «δεν θα συνέχιζα να αγοράζω».

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

16. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;

- Μέχρι 19 ετών
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50 και άνω

17. Τι φύλο είστε;  
α) Άνδρας                      β) Γυναίκα

18. Με τι ασχολείστε;  
α) δημόσιος υπάλληλος  
β) ιδιωτικός υπάλληλος  
γ) φοιτητής/τρια  
δ) άνεργος/η  
ε) άλλο:.....