

Α.Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ :

**"ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΕΣΣΑΡΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ Ο
ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ
ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥΣ"**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΚΑΡΔΑΡΗ ΙΩΑΝΝΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ
ΣΚΑΦΙΔΑΣ ΗΛΙΑΣ - ΠΕΤΣΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2003



ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

4424

Α.Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**“ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΕΣΣΑΡΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ
ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΗ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥΣ”**



ΠΑΤΡΑ 2003

Στους γονείς μας,
τα αδέρφια μας και
όλους όσους στήριξαν
το έργο μας!

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	
1.1. Έννοια - Ορισμοί – Εξέλιξη.....	1
1.2. Μορφές & Είδη.....	2
1.3. Κύριες Λειτουργίες.....	2
1.4. Διοικητικά Στελέχη.....	3
2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
2.1. Έννοια – Λειτουργίες	4
2.2. Βασικά Χαρακτηριστικά της Επιχείρησης.....	5
2.3. Διακρίσεις - Ταξινόμηση	6
3. ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
3.1. Γενικά.....	7
3.2. Τα Πλεονεκτήματα Των Μεγάλων Επιχειρήσεων.....	7
4. ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ	
4.1. Η Έννοια του Προϊόντος.....	8
4.2. Κατάταξη των Προϊόντων.....	9
4.3. Η Συμπεριφορά των Νέων Προϊόντων.....	9
5. ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	10
6. Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	
6.1. Έννοια – Ορισμός.....	11
6.2. Σκοπός της Διαφήμισης.....	11
6.3. Κατηγορίες και Χρήσεις της Διαφήμισης.....	11
6.4. Ο Προγραμματισμός της Διαφημιστικής Καμπάνια.....	11
6.5. Τα Βασικά Μέσα Επικοινωνίας - Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα.....	12
6.6. Η Διαφήμιση μέσω του Διαδικτύου.....	13
7. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ	
7.1. Γενικά πληροφοριακά στοιχεία.....	15
7.2. Οι Γαλακτοβιομηχανίες.....	16
8. ΔΕΛΤΑ	
8.1. Γενικές Πληροφορίες.....	19
8.2. Διαγραμματική Παρουσίαση.....	20
8.3. Αντικείμενο Εργασιών - Δραστηριότητα.....	20
8.4. Θυγατρικές - Συνδεδεμένες Εταιρίες.....	22
8.5. Προϊόντα - Υπηρεσίες – Ποιότητα.....	24
8.6. Περιουσιακά Στοιχεία.....	26
8.7. Πολιτική Επενδύσεων.....	30
8.8. Οργανωτική Δομή – Οργανόγραμμα.....	31
8.9. Διοίκηση Διεύθυνση Εργασιών.....	34

8.10. Προσωπικό - Ανθρώπινοι Πόροι.....	35
8.11. Συμμετοχή στα Κοινοτικά Προγράμματα.....	38
8.12. Διεθνή Παρουσία.....	39
8.13. Κοινωνική Προσφορά.....	40
9. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	
9.1. Γενικά πληροφοριακά στοιχεία.....	42
9.2. Η Κινητή Τηλεφωνία.....	44
10. VODAFONE-PANAFON	
10.1. Γενικές Πληροφορίες.....	47
10.2. Διαγραμματική Παρουσίαση.....	48
10.3. Αντικείμενο Εργασιών - Δραστηριότητα.....	49
10.4. Θυγατρικές - Συνδεμένες Εταιρίες.....	50
10.5. Προϊόντα - Υπηρεσίες - Ποιότητα.....	53
10.6. Περιουσιακά Στοιχεία.....	58
10.7. Πολιτική Επενδύσεων.....	60
10.8. Οργανωτική Δομή - Οργανόγραμμα.....	63
10.9. Διοίκηση Διεύθυνση Εργασιών.....	66
10.10. Προσωπικό - Ανθρώπινοι Πόροι.....	67
10.11. Διεθνή Παρουσία.....	69
10.12. Κοινωνική Προσφορά.....	70
11. COSMOTE	
11.1. Γενικές Πληροφορίες.....	72
11.2. Διαγραμματική Παρουσίαση.....	73
11.3. Αντικείμενο Εργασιών - Δραστηριότητα.....	74
11.4. Θυγατρικές - Συνδεμένες Εταιρίες.....	76
11.5. Προϊόντα - Υπηρεσίες - Ποιότητα.....	78
11.6. Περιουσιακά Στοιχεία.....	83
11.7. Πολιτική Επενδύσεων.....	87
11.8. Οργανωτική Δομή - Οργανόγραμμα.....	90
11.9. Διοίκηση Διεύθυνση Εργασιών.....	94
11.10. Προσωπικό - Ανθρώπινοι Πόροι.....	96
11.11. Διεθνή Παρουσία.....	97
11.12. Κοινωνική Προσφορά.....	98
12. ΓΕΡΜΑΝΟΣ	
12.1. Γενικές Πληροφορίες.....	102
12.2. Διαγραμματική Παρουσίαση.....	103
12.3. Αντικείμενο Εργασιών - Δραστηριότητα.....	104
12.4. Θυγατρικές - Συνδεμένες Εταιρίες.....	105
12.5. Προϊόντα - Υπηρεσίες - Ποιότητα.....	109
12.6. Περιουσιακά Στοιχεία.....	112
12.7. Πολιτική Επενδύσεων.....	114
12.8. Οργανωτική Δομή - Οργανόγραμμα.....	115

12.9. Διοίκηση Διεύθυνση Εργασιών.....	120
12.10. Προσωπικό - Ανθρώπινοι Πόροι	121
12.11. Διεθνή Παρουσία	124
12.12. Κοινωνική Προσφορά.....	127

13. Η ΠΡΩΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

13.1. Γενικά	129
13.2. Διαφημιστικές Εταιρίες- Συνεργίες	130
13.3. Διαφημιστικές Καμπάνιες	132
13.4. Διαφημιστική Δαπάνη - Αποτελεσματικότητα - Βραβεία	141

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΚΡΙΤΙΚΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	147
Βιβλιογραφία - Αρθρογραφία.....	152

1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

1.1. Έννοια – Ορισμοί – Εξέλιξη

Έχουν κατά καιρούς προταθεί διάφοροι ορισμοί της Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα, παράλληλα με τον δόκιμο όρο "Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων" χρησιμοποιείται ο όρος "Μάνατζμεντ" και ο όρος "Μάνατζερ", σαν αντίστοιχος του διοικητικού στελέχους.

Το Ελληνικό κέντρο παραγωγικότητας το 1961 ανέλυσε τον όρο Διοίκηση Επιχειρήσεων ως η οργάνωση και η κατεύθυνση της ανθρώπινης δραστηριότητας για την πραγματοποίηση αντικειμενικών στόχων.

Διοίκηση Επιχειρήσεων σύμφωνα με την Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Επιχειρήσεων νοείται η καθολική εκείνη λειτουργία δια της οποίας επιτυγχάνετε ο αποτελεσματικότερος συνδυασμός των διαθέσιμων πόρων για την επίτευξη καθορισμένων στόχων.

Σύμφωνα επίσης με την λειτουργική έννοια, Διοίκηση Επιχειρήσεων είναι το σύστημα δράσεως που συνίσταται στην ορθολογική χρησιμοποίηση των υπό των επιχειρήσεων επιδιωκόμενων σκοπών.

Πρέπει να σημειωθεί ότι Οργάνωση και Διοίκηση ασκεί καθένας που έχει σαν δραστηριότητα να πραγματοποιεί αποτελέσματα με την βοήθεια άλλων προσώπων. Βασικά η Οργάνωση και Διοίκηση ως μια διαδικασία περιλαμβάνει τις λειτουργίες:

1. Πρόβλεψη και Σχεδιασμός
2. Οργάνωση
3. Διεύθυνση
4. Συντονισμός
5. Έλεγχος

οι οποίες απαιτούνται για την ορθότερη χρησιμοποίηση και αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, ανθρώπινου δυναμικού – μηχανημάτων – χρημάτων – υλικών μέσων, όπως προσδιόρισε ο Henri Fayol (1841-1926) στην θεωρία του περί διοικήσεως.

Στην εξέλιξη της επιστήμης της Οργάνωσης και Διοίκησης συνέβαλαν και άλλοι μεγάλοι διορατικοί συγγραφείς και επιστήμονες του 19^{ου} αιώνα όπως :

-Ο Frederik Taylor (1856-1915) με τις θεμελιώδεις αρχές της θεωρίας της Διοικήσεως και την εργασία του "Αρχές Επιστημονικής Οργανώσεως και Διοικήσεως" που δημοσιεύτηκε το 1911 και αποτέλεσε το εισαγωγικό έναυσμα του επιστημονικού αυτού κλάδου.

-Ο Max Weber (1864-1920) με την θεωρία της Γραφειοκρατίας και την θεωρία περί Κοινωνικής και Οικονομικής Οργάνωσης.

-Ο Henry Gantt (1861-1919) με το σύστημα αμοιβής με δώρο και τις εργασίες που δημοσίευσε σχετικά με την πριμοδότηση.

-Ο Elton Mayo (1880-1949) Θεμελιωτής της Σχολής των ανθρωπίνων σχέσεων.

-Ο Harrington Emerson (1835-1931) με την επιτελική ιδέα των εργασιών που δημοσίευσε το 1911 περί της σύνδεσης επιτελικού και διοικητικού γραμμικού προτύπου.

-Ο Henry Ford (1863-1947) ο πρώτος στον κόσμο επαγγελματίας οργανωτής, που εφάρμοσε το οργανωτικό σύστημα συνεχούς ροής.

-Ο Rensis Likert με το οργανωτικό πρότυπο υπερσυστήματος επιχείρησης που περιλαμβάνει την ιδέα συνδέσεως υποσυστημάτων.

Επίσης οι Oliver Sheldon (1894-1951), Harry Arthur Hopf (1882-1949), Mary Parker Follet (1868-1933) Frank & Lillian Gilbreth κ.α. (1)

1.2. Μορφές & Είδη

Η σχέση μεταξύ οργανωτικής διάρθρωσης και διευθετικών μέτρων προσδιορίζει μορφές οργάνωσης όπως:

Η Υπεροργάνωση κατά την οποία πραγματοποιούνται υπερβολικές και άκαμπτες ρυθμίσεις και κατά συνέπεια δεν υπάρχουν ελεύθερα εύκαμπτα και ευέλικτα διευθετικά μέτρα για την αντιμετώπιση των μεμονωμένων και ίσως έκτακτων περιπτώσεων.

Η Υποοργάνωση κατά την οποία η δραστηριότητα της επιχείρησης καθορίζεται ή με μεμονωμένα διευθετικά μέτρα με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ομοιομορφία ή τα προβλήματα αντιμετωπίζονται με αυτοσχεδιασμούς και προχειρότητα.

Η Αποοργάνωση σημαίνει έλλειψη κάθε προνοητικής πράξης και κατά συνέπεια βέβαιη αποτυχία της επιχειρήσεως σε μεσοπρόθεσμη περίοδο.

Οι επιχειρήσεις προκείμενου να επιβιώσουν μακροπρόθεσμα παρακολουθούν τις εξελίξεις που πραγματοποιούνται στον οικονομικό τους χώρο και καταβάλλουν προσπάθειες για την αναδιοργάνωση, την εξυγίανση και τον εκσυγχρονισμό τους.

Πολλοί θεωρητικοί επιστήμονες της Διοικητικής επηρεασμένοι από τον Ch. Barnard και τα ευρήματα των ερευνών του Howthorne από E Mayo και τους συνεργάτες του διακρίνουν την Οργάνωση σε Τυπική και Άτυπη. Στην Τυπική μορφή οργάνωσης οι δραστηριότητες δυο ή και περισσότερων ανθρώπων συντονίζονται συνειδητά με σκοπό την πραγματοποίηση ενός δεδομένου αντικειμενικού στόχου (Barnard). Η Άτυπη μορφή περιλαμβάνει κάθε κοινή προσωπική δραστηριότητα χωρίς συνειδητό κοινό σκοπό, μολοντί είναι δυνατόν να συμβάλει σε κοινά αποτελέσματα (Κοινωνική Οργάνωση). (2)

1.3. Κύριες Λειτουργίες

Οι κύριες λειτουργίες της διοίκησης θα μπορούσαν να συνοψιστούν σε ένα δεκάλογο: προγραμματίζω - οργανώνω - διευθύνω - συντονίζω - επικοινωνώ - αποφασίζω - στελεχώνω - εξουσιοδοτώ - παροτρύνω - ελέγχω.

Η διαδικασία του Μάνατζμεντ περιλαμβάνει: Προγραμματισμό, έλεγχο, αξιολόγηση και αναπληροφόρηση στον επόμενο κύκλο.

i) Προγραμματισμός

- θέσπιση στρατηγικών στόχων
- ορισμός αντικειμενικών στόχων
- διαμόρφωση του οργανισμού με τον καλύτερο δυνατό τρόπο για την επίτευξη των στρατηγικών και αντικειμενικών στόχων
- ανάθεση αρμοδιοτήτων
- κατανομή πόρων
- σχεδιασμός οργανωτικών ελέγχων (χρονοδιαγράμματα και μέτρα απόδοσης του οργανισμού σαν σύνολο)

ii) Έλεγχος

-διευθυντικός έλεγχος για την αποδοτική και αποτελεσματική χρήση των πόρων.

- σχεδιασμός ελέγχων του έργου (προγράμματα εργασίας και ενδιάμεσοι στόχοι)
- υποκίνηση
- παρακολούθηση
- ανασκόπηση προόδου
- επίλυση προβλημάτων
- καθοδήγηση και συμβουλές
- αξιολόγηση απόδοσης

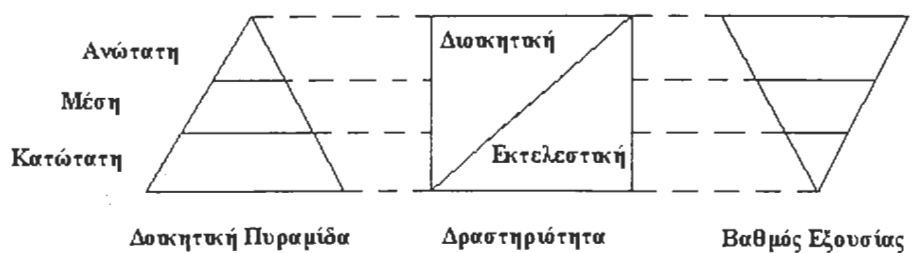
-λειτουργικός έλεγχος για την αποδοτική και αποτελεσματική ολοκλήρωση των συγκεκριμένων εργασιών.

- χρονικός προγραμματισμός
- καθιέρωση διαδικασιών

iii) αξιολόγηση και αναπληροφόρηση στον επόμενο κύκλο. (3)

1.4. Διοικητικά Στελέχη

Τις επιμέρους λειτουργίες της Οργάνωσης και Διοίκησης ασκούν τα διοικητικά στελέχη, τα οποία σύμφωνα με την υπευθυνότητα που έχουν και την σοβαρότητα του έργου που ασκούν κατατάσσονται σε τρία διαφορετικά επίπεδα που συγκροτούν την διοικητική πυραμίδα. Στο σχήμα (1) απεικονίζεται η σχέση μεταξύ διοικητικής ιεραρχίας, εκτελεστικού έργου και βαθμού εξουσίας.



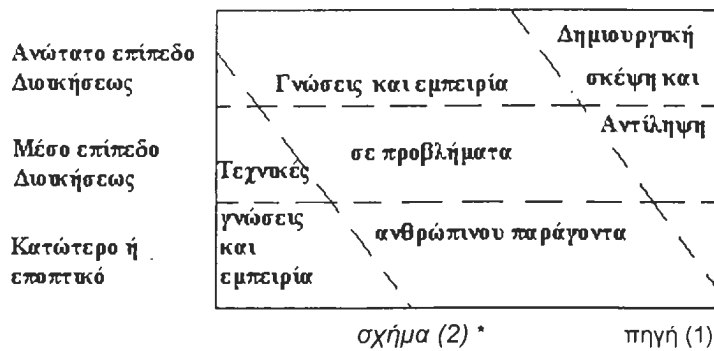
Σχήμα (1)

*πηγή (1)

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχουν τα διοικητικά στελέχη έχουν καταταγεί σε τρεις κατηγορίες:

- Δημιουργική σκέψη και αντιληπτική ικανότητα
- Δεξιότητα χειρισμού του ανθρώπινου παράγοντα
- Τεχνικές γνώσεις και εμπειρίες

και παρουσιάζονται σε σχέση με τα διάφορα επίπεδα της διοικητικής πυραμίδας στο σχήμα (2).

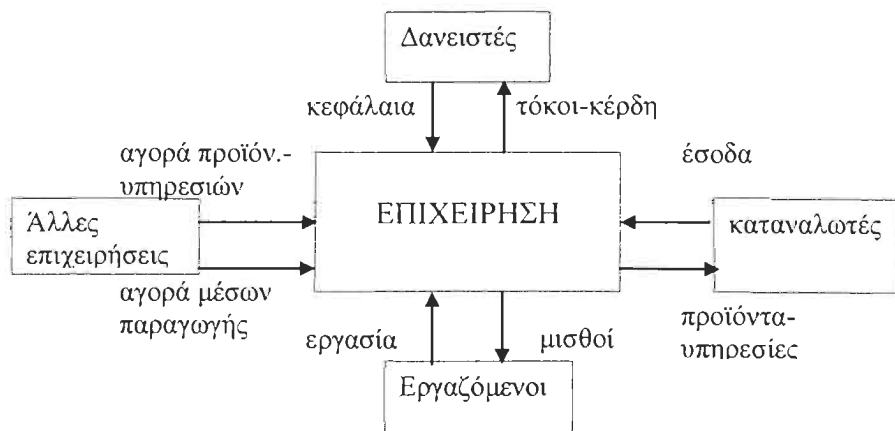


Αξίζει να σημειωθεί ότι η διοίκηση είναι διαφορετική από την εκτέλεση και οι δυο οροί δεν πρέπει να συγχέονται. Η εκτέλεση απαιτεί γνώση και ειδικευση τεχνική για ενασχόληση με λεπτομέρειες. Η διοίκηση απαιτεί όλα τα προσόντα που κάνουν ένα στέλεχος ικανό να πραγματοποιεί τα καθήκοντα του, δηλαδή να: Αποφασίζει, Προγραμματίζει, Οργανώνει, Διευθύνει, Συντονίζει και να Ελέγχει. (1)

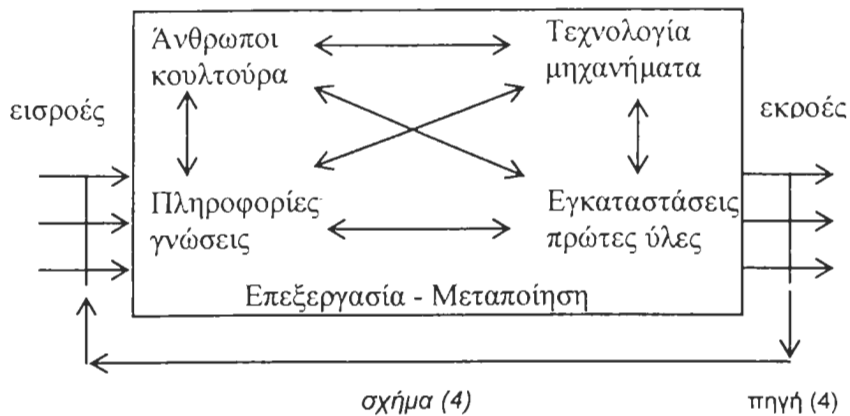
2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

2.1. Έννοια – Λειτουργίες

Επιχείρηση εννοούμε την οικονομική μονάδα που συνδυάζει τους συντελεστές (φύση- εργασία- κεφάλαιο) για την παραγωγή υλικών αγαθών ή υπηρεσιών και την διάθεση τους στο καταναλωτικό κοινό, με απώτερο αντικειμενικό σκοπό την πραγματοποίηση του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους. Στο σχήμα (3) απεικονίζεται η διαδικασία λειτουργίας του οικονομικού οργανισμού- επιχείρησης.



Σύστημα εννοούμε ένα σύνολο στοιχείων τα οποία ευρίσκονται μεταξύ τους σε λειτουργική αλληλεξάρτηση και αλληλεπίδραση. Η Επιχείρηση είναι σύστημα κοινωνικό-οικονομικό και τεχνολογικού χαρακτήρα (4). Στο παρακάτω σχήμα απεικονίζεται η διαδικασία λειτουργίας του συστήματος- επιχείρησης.



2.2. Βασικά Χαρακτηριστικά της Επιχείρησης

Ως βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης θεωρούνται τα παρακάτω:

α. Εφαρμογή της οικονομικής αρχής.

Η επιχείρηση ως οικονομικά δραστηριοποιούμενη οντότητα ακολουθεί και εφαρμόζει την οικονομική αρχή ή αλλιώς το οικονομικό αξίωμα, δηλαδή επιδιώκει το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα με την πραγματοποίηση της μικρότερης δυνατής θυσίας.

β. Η μεγιστοποίηση του κέρδους.

Το πλεόνασμα των επιτεύξεων που προέρχονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα, έναντι των αντίστοιχων θυσιών, μεταφραζόμενο σε χρηματικές μονάδες, προσδιορίζει το κέρδος της επιχείρησης. Η επιχείρηση αναζητά την μεγαλύτερη διάφορα εσόδων έναντι εξόδων, εκτός αν πρόκειται για κοινωφελή χαρακτήρα λειτουργίας.

γ. Ο επιχειρηματικός κίνδυνος.

Οι στρατηγικές κινήσεις και ενέργειες της επιχείρησης εμπεριέχουν πάντα τον επιχειρηματικό κίνδυνο, δηλαδή ένα βαθμό αβεβαιότητας. Επιχειρηματικός κίνδυνος είναι η αβεβαιότητα για το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δράσης.

δ. Περιουσιακή αυτοτέλεια.

Η επιχείρηση έχει στην διάθεση της και θέτει σε κίνηση για την πραγματοποίηση των στόχων της ορισμένες ποσότητες περιουσιακών στοιχείων όπως χρημάτων, εξοπλισμού, διάφορων υλικών κ.ο.κ

ε. Οργανωτική δομή.

Η κατάσταση, εφαρμογή και παρακολούθηση κατάλληλου οργανωτικού σχεδίου αποτελεί (όπως μερικοί υποστηρίζουν) τον τέταρτο συντελεστή παραγωγής, αναγκαίο για την επιβίωση και επιτυχία της επιχείρησης. (3)

2.3. Διακρίσεις - Ταξινόμηση

Η ταξινόμηση των επιχειρήσεων γίνεται ανάλογα με:

1. Μέγεθος επιχειρήσεων

Μικρές – Μεσαίες– Μεγάλες.

Τα κριτήρια μεγέθους είναι : ο αριθμός εργαζομένων, το μέγεθος του κεφαλαίου, τα έσοδα σε απόλυτο αριθμό ή σε μερίδιο αγοράς και το κέρδος.

2. Είδος παραγωγικής δραστηριότητας

Επιχειρήσεις πρωτογενούς παραγωγής (συγκέντρωση και διάθεση αγαθών της φύσης, εξόρυξη διαφόρων ορυκτών)

π.χ. γεωργικές, κτηνοτροφικές, δασοκομικές, αλιευτικές, μεταλλευτικές

Δευτερογενούς παραγωγής ή μεταποιητικές (βιοτεχνικές & βιομηχανικές)

π.χ. διατροφής και ποτών, καπνού, ένδυσης και υπόδησης, ξύλου, φελλού, χάρτου, ελαστικών, πλαστικών, χημικών, παραγωγών πετρελαίου και άνθρακα, μεταλλουργικές, προϊόντα μετάλλου, μη μεταλλικά ορυκτά μηχανές και συσκευές, μεταφορικά μέσα.

Επιχειρήσεις τριτογενούς παραγωγής

- Είναι οι εμπορικές επιχειρήσεις που επιδιώκουν την εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού με την παροχή των προϊόντων που παράγουν οι επιχειρήσεις δευτερογενούς παραγωγής.

- Συχνά οι βιομηχανικές επιχειρήσεις έχουν και εμπορικό τμήμα που ασχολείται με τη διάθεση των προϊόντων τους αποκτώντας έτσι μικτό χαρακτήρα.

Επιχειρήσεις τεταρτογενούς παραγωγής (υπηρεσίες)

π.χ. τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρίες, πληροφορικής, τουριστικές, θεατρικές, κινηματογραφικές.

3. Νομική μορφή επιχειρήσεων

- Εταιρικές
- Ατομικές

-Προσωπικές

(ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, συμμετοχική ή αφανής, συμπλοιοκτησία)

-Κεφαλαιουχικές

(εταιρία περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ), ανώνυμη εταιρία (ΑΕ))

- Συλλογικές (π.χ. συνεταιρισμοί)

4. Διάρθρωση Κεφαλαίου-Μορφή Ιδιοκτησίας

-Δημόσιες

-Ιδιωτικές

-Μικτές

-Πολυεθνικές

5. Δομή της αγοράς

-Τέλειος ανταγωνισμός

-Ολιγοπωλιακός ανταγωνισμός

-Μονοπώλιο (4)

3. ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.1. Γενικά

Η δημιουργία μεγάλων επιχειρηματικών οργανισμών είναι ένα από τα χαρακτηριστικά του 20^{ου} αιώνα. Το φαινόμενο της δημιουργίας τεράστιου μεγέθους επιχειρήσεων εντάθηκε ιδιαίτερα κατά την μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο περίοδο. Ως βασικοί παράγοντες που συντέλεσαν στην δημιουργία μεγάλων επιχειρήσεων κατά το διάστημα αυτό, δύνανται να θεωρηθούν οι ακόλουθοι:

- α. Η αλματώδης πρόοδος των επιστημών και της τεχνολογίας.
- β. Η ανάγκη για επικράτηση στην αγορά και αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.
- γ. Η γενική οικονομική πρόοδος και η δυνατότητα συγκέντρωσης και διοχέτευσης στην παραγωγική διαδικασία τεράστιων κεφαλαίων.

3.2. Τα Πλεονεκτήματα Των Μεγάλων Επιχειρήσεων

Οι μεγάλες επιχειρήσεις παρουσιάζουν έναντι των μικρών τα παρακάτω βασικά πλεονεκτήματα:

α. Δυνατότητα χρησιμοποίησης εξοπλισμού υψηλής τεχνολογικής στάθμης. Η προμήθεια εξοπλισμού σύγχρονης τεχνολογίας απαιτεί την επένδυση τεράστιων χρηματικών κεφαλαίων τα οποία μπορεί να εξασφαλίσει η μεγάλη επιχείρηση όχι όμως και η μικρή. Η δυνατότητα αυτή αποτελεί για την επιχείρηση σημαντικό πλεονέκτημα καθόσον συνεπάγεται την αύξηση της αποδοτικότητας, την μείωση του κόστους παραγωγής και την ανάλογη διεύρυνση των περιθωρίων κέρδους.

β. Δυνατότητα υιοθέτησης και εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων παραγωγής. Η εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων παράγωγης συντελεί στην βελτίωση της παραγωγικότητας με όλες τις αλυσιδωτές ευνοϊκές συνέπειες. Η μικρή επιχείρηση δεν διαθέτει τέτοια δυνατότητα καθόσον και για αυτό το σκοπό απαιτούνται συνήθως μεγάλα ποσά κεφαλαίων για την προμήθεια αντιστοίχως σύγχρονου εξοπλισμού και για την εκπαίδευση του προσωπικού ή την πρόσληψη νέου, ειδικευμένου στις σύγχρονες μεθόδους.

γ. Δυνατότητα διάθεσης κεφαλαίων για επιστημονική έρευνα. Και η διενέργεια επιστημονικής έρευνας απαιτεί την διάθεση σοβαρών ποσών κεφαλαίων, για την απόκτηση και συντήρηση του απαιτούμενου εργαστηριακού εξοπλισμού, τις αμοιβές του ερευνητικού προσωπικού, την προμήθεια των απαιτούμενων αναλώσιμων και λοιπών υλικών κ.ο.κ. . Η μικρή επιχείρηση αδυνατεί να διαθέσει κεφάλαια και να αναλάβει σοβαρής έκτασης ερευνητικά προγράμματα. Άλλωστε η επιστημονική έρευνα δεν καταλήγει πάντα σε επιτυχία.

δ. Δυνατότητα καταμερισμού της εργασίας. Ο καταμερισμός της εργασίας είναι μια από τις σημαντικότερες αρχές της οργάνωσης. Συνίσταται στην διαίρεση μιας διαδικασίας κατά τμήμα και κατά άτομο και συντελεί στην εξειδίκευση των ατόμων και την καταπληκτική αύξηση της παραγωγικότητας. Στην μικρή επιχείρηση συνήθως κάθε άτομο αναλαμβάνει να εκτελέσει μια εργασία από την αρχή έως το τέλος και παρά πολλές φορές εκτελεί περισσότερες της μιας, εντελώς διαφορετικές μεταξύ τους.

ε. Δυνατότητα προμήθειας υλικών μέσων με ευνοϊκούς όρους. Οι μεγάλες επιχειρήσεις προμηθεύονται τα διάφορα υλικά μέσα (πρώτες ύλες , εμπορεύματα) σε μεγάλες ποσότητες , γεγονός το οποίο ενισχύει τη διαπραγματευτική τους θέση απέναντι στον προμηθευτή. Έτσι επιτυγχάνουν ευνοϊκότερους όρους, σε σύγκριση με εκείνους των μικρών επιχειρήσεων που προμηθεύονται αντιστοίχως μικρές ποσότητες.

στ. Αυξημένη πιστοληπτική ικανότητα. Η φήμη που διαθέτει η μεγάλη επιχείρηση και η οικονομική επιφάνεια δημιουργούν τεκμήριο φερεγγυότητας, αξιοπιστίας. Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν αυξημένη, σε σύγκριση με τις μικρές, δυνατότητα δανεισμού με ευνοϊκότερους όρους.

ζ. Δυνατότητα διενέργειας επιστημονικού marketing. Και σε αυτό τον ζωτικό τομέα της τοποθέτησης των προϊόντων στην αγορά η μεγάλη επιχείρηση πλεονεκτεί έναντι της μικρής. Είναι σε θέση να διενεργήσει έρευνα αγοράς και να προσδιορίσει την ζήτηση των προϊόντων της ή με κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό και κατάλληλα μέσα να προκαλέσει σημαντική διεύρυνσή της. Η μικρή επιχείρηση στερούμενων τέτοιων δυνατοτήτων κινείται αναγκαστικά σε κλίμα αυξημένης αβεβαιότητας. (3)

4. ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ

4.1. Η Έννοια του Προϊόντος

Το προϊόν αποτελεί την καρδιά του μείγματος Μάρκετινγκ (Marketing Mix) και μπορεί να είναι ένα αγαθό ή μια υπηρεσία κατασκευασμένο ή σχεδιασμένο για την ικανοποίηση της ανάγκης του καταναλωτή.

Η ικανοποίηση της ανάγκης του καταναλωτή συνεπώς μπορεί να προέρχεται από κάποιο υλικό αγαθό ή μια υπηρεσία. Η σημερινή σύγχρονη επιχείρηση δεν πωλεί προϊόντα ή υπηρεσίες αλλά οφέλη και συνεπώς όταν κάποιος αγοράζει ένα προϊόν ουσιαστικά αγοράζει οφέλη ή πιο σωστά την ελπίδα της ωφέλειας που πηγάζει από το προϊόν / υπηρεσία.

Ένα προϊόν ή μια υπηρεσία περιλαμβάνει:

1. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Δηλαδή κάθε φυσικό χαρακτηριστικό του προϊόντος ή της υπηρεσίας που απαντά στην ερώτηση - τι είναι;
2. Τα πλεονεκτήματα. Δηλαδή οι δυνατότητες του προϊόντος και το πως μπορεί να εξυπηρετήσει τον καταναλωτή.
3. Τα οφέλη. Δηλαδή τα ευνοϊκά αποτελέσματα που δέχεται ο καταναλωτής από ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.

Κάθε προϊόν περιλαμβάνει πραγματικά χαρακτηριστικά και άυλα χαρακτηριστικά. Η συνολική έννοια του προϊόντος περιλαμβάνει μια δέσμη από ικανοποιήσεις για τον καταναλωτή όπως: την φυσική ύλη, την συσκευασία, το εμπορικό σήμα, τις υπηρεσίες και τις εγγυήσεις. (5)

4.2. Κατάταξη των Προϊόντων

Τα προϊόντα ανάλογα με την χρήση για την οποία προορίζονται διακρίνονται σε καταναλωτικά ή βιομηχανικά. Καταναλωτικά ονομάζονται αυτά που προσφέρουν ικανοποίηση απευθείας στον καταναλωτή ενώ βιομηχανικά είναι αυτά που αγοράζονται από επιχειρήσεις και οργανισμούς, για να τα χρησιμοποιήσουν στην παραγωγή άλλων προϊόντων ή γιατί είναι απαραίτητα για την λειτουργία τους. (5)

Με βάση τα αγοραστικά πρότυπα των καταναλωτών, τα καταναλωτικά προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν ταξινομηθεί σε :

- Προϊόντα και υπηρεσίες ευρείας κατανάλωσης
- Επιλεγόμενα προϊόντα και υπηρεσίες
- Ειδικά προϊόντα και υπηρεσίες

Με βάση την συμπεριφορά αγοράς και την χρησιμοποίηση του προϊόντος, τα βιομηχανικά προϊόντα έχουν ταξινομηθεί σε :

- Πρώτες ύλες και βοηθητικές πρώτες ύλες
- Εξαρτήματα
- Εξοπλισμός
- Πρόσθετοι εξοπλισμοί
- Υπηρεσίες

4.3. Η Συμπεριφορά των Νέων Προϊόντων

Κάθε σύστημα όταν δεν ανανεώνεται, συνήθως καταρρέει. Το ίδιο συμβαίνει και σε μια επιχείρηση όταν πάψει να δημιουργεί νέα προϊόντα και παραμένει στα παλιά (εκτός εάν πρόκειται για προϊόντα "παραδοσιακού κύρους"). Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος περιλαμβάνει τα εξής στάδια στην διαδικασία πώλησης :

1. Εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά
2. Στάδιο ανάπτυξης των πωλήσεων
3. Στάδιο ωριμότητας
4. Στάδιο κορεσμού
5. Στάδιο παρακμής

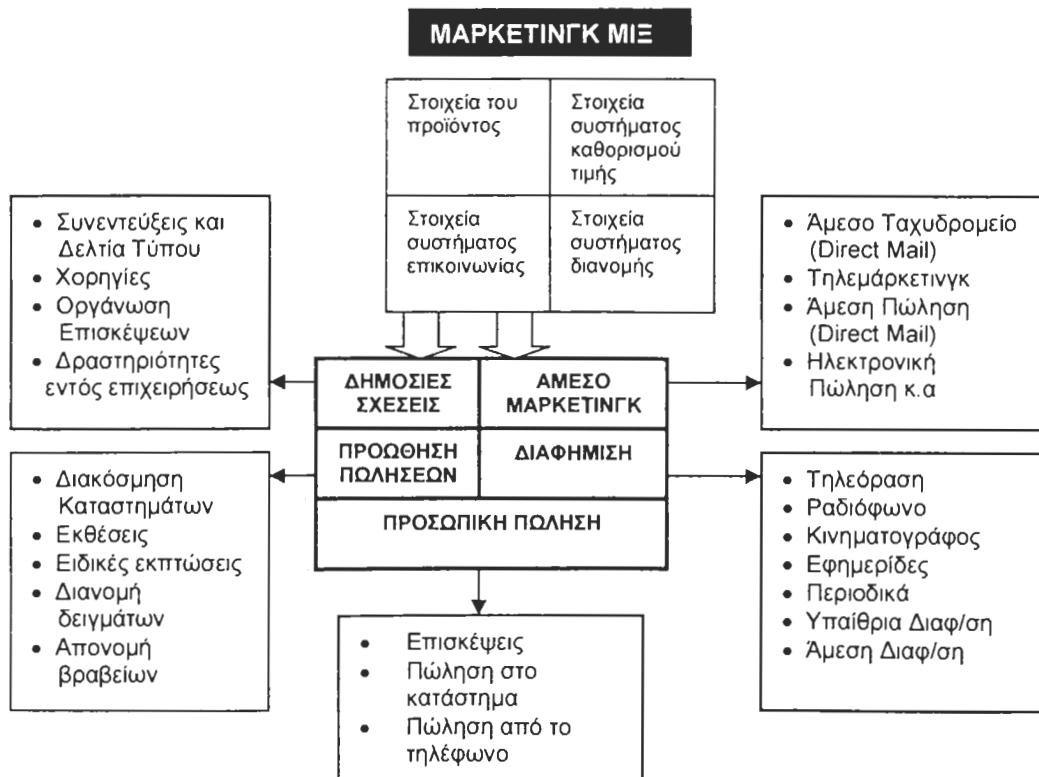
Αν και ο κύκλος ζωής του προϊόντος αποτελεί ένα φυσιολογικό και σπουδαίο επιχειρηματικό φαινόμενο, σημαντικότερα για την επιχείρηση είναι τα κέρδη. Σήμερα που το επιχειρηματικό περιβάλλον μεταβάλλεται με πιο γρήγορους ρυθμούς, τα κέρδη φτάνουν στο ζενίθ στο τέλος του σταδίου ανάπτυξης και αρχίζουν να ελαττώνονται κατά το στάδιο της ωριμότητας. Η επιχείρηση είναι αναγκαίο να εισάγει νέα προϊόντα ή να αντικαθιστά τα παλιά ώστε να μπορεί να παρατείνει το στάδιο της ωριμότητας όπου οι πωλήσεις είναι στο υψηλότερο σημείο τους.

Η απόφαση για την παραγωγή και διάθεση ενός νέου προϊόντος συνεπάγεται ένα πλήθος προϋποθέσεων αλλά και επιπτώσεων επί των λειτουργιών μιας επιχείρησης. Η πώληση όμως του νέου προϊόντος προϋποθέτει την προβολή του δια μέσου των στοιχείων του συστήματος επικοινωνίας.

5. ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Τα στοιχεία του συστήματος επικοινωνίας (σχήμα 5), που ονομάζονται και στοιχεία του μείγματος προβολής, συνίσταται σε πέντε βασικές δραστηριότητες :

1. **Τις Δημόσιες Σχέσεις:** Με τις δημόσιες σχέσεις η επιχείρηση προσπαθεί να δημιουργήσει ένα κοινό πεδίο εμπειρίας μεταξύ αυτής και των πιθανών αγοραστών των προϊόντων ή υπηρεσιών της. Το κοινό πεδίο εμπειρίας αποτελεί βασική προϋπόθεση προκειμένου η επιχείρηση να κερδίσει την προσοχή εκείνων προς τους οποίους απευθύνει τα μηνύματα της.
2. **Τη Διαφήμιση:** Με τη διαφήμιση η επιχείρηση προσπαθεί, μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης να επικοινωνήσει με τους καταναλωτές του τμήματος εκείνου της αγοράς προς το οποίο απευθύνει τα προϊόντα της.
3. **Την Προσωπική Πώληση:** Με τη μέθοδο αυτή η επιχείρηση έρχεται δια των πωλητών της σε απευθείας επικοινωνία με τους πιθανούς αγοραστές των προϊόντων ή υπηρεσιών της.
4. **Τις Μεθόδους Προώθησης Πωλήσεων:** Το στοιχείο αυτό του μείγματος προβολής ενισχύει τα δυο προηγούμενα στοιχεία και περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες, που ωθούν τους καταναλωτές να προβούν στην αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας.
5. **Το Άμεσο Μάρκετινγκ (Direct Marketing):** Αυτό είναι ένα είδος άμεσης επικοινωνίας μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή και έχει ως στόχο την άμεση ανταπόκριση του καταναλωτή στο μήνυμα της επιχείρησης.



σχήμα (5)

*πηγή (5)

6. Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

6.1. Έννοια-Ορισμός

Διαφήμιση είναι η απρόσωπη μαζική επικοινωνία, η οποία περιέχει το στοιχείο της πληρωμής, με τελικό σκοπό τη μετάδοση πληροφοριών και την δημιουργία μιας ευνοϊκής γνώμης στους καταναλωτές για το προϊόν ή την επιχείρηση που διαφημίζεται, και έτσι να συμβάλει στην προαγωγή των επιχειρησιακών στόχων. Το στοιχείο της πληρωμής στον ορισμό της διαφήμισης είναι απαραίτητο, διότι αν δεν υπάρχει θεωρείται δημοσιότητα.

6.2. Σκοπός της Διαφήμισης

Σκοπός της διαφήμισης είναι να διατηρήσει, να προσελκύσει και να αυξήσει την πελατεία μιας επιχείρησης, γιατί έτσι αυτή θα βελτιώσει την απόδοση των επενδυόμενων κεφαλαίων της. Πρέπει να σημειωθεί ότι η διαφήμιση επιτυγχάνει την αύξηση των πωλήσεων μόνο αν το διαφημιζόμενο προϊόν ή υπηρεσία ικανοποιεί μια συγκεκριμένη ανάγκη των καταναλωτών. Αν δεν συμβαίνει αυτό τότε η διαφήμιση είναι επιζήμια τόσο για το προϊόν, όσο και για την ίδια την επιχείρηση. Επιπλέον για να είναι επιτυχημένη η διαφήμιση, πρέπει να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση και τα υπόλοιπα στοιχεία του μείγματος Μάρκετινγκ. Δηλαδή το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσία θα πρέπει να συνοδεύεται με την κατάλληλη τιμή και τα κατάλληλα δίκτυα διανομής.

6.3. Κατηγορίες και Χρήσεις της Διαφήμισης

Οι διαφημίσεις ταξινομούνται σε δυο κατηγορίες: α) τη διαφήμιση του προϊόντος ή της υπηρεσίας, και β) τη διαφήμιση της επιχείρησης που παράγει το προϊόν ή υπηρεσία. Η δεύτερη κατηγορία έχει ως στόχο την αύξηση της φήμης της επιχείρησης και όχι την αύξηση των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών της. Η διαφήμιση του προϊόντος χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για την:

1. Προβολή ενός προϊόντος
2. Ενεργοποίηση μιας πρωταρχικής επιλεκτικής ζήτησης
3. Εξουδετέρωση της διαφημιστικής προσπάθειας μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης
4. Ενίσχυση της δύναμης των πωλητών
5. Αύξηση των χρήσεων ενός προϊόντος
6. Υπενθύμιση και ενίσχυση του προϊόντος (ενισχυτική διαφήμιση)
7. Μείωση των διακυμάνσεων των πωλήσεων

6.4. Ο Προγραμματισμός της Διαφημιστικής Καμπάνιας

Ο προγραμματισμός της διαφημιστικής καμπάνιας πρέπει να βασίζεται σε αποφάσεις που συμβαδίζουν με το γενικό προγραμματισμό και τους στόχους της επιχείρησης. Κάθε διαφημιστική καμπάνια ασχολείται με την ανάπτυξη μιας σειράς από διαφημίσεις, τις οποίες στην συνέχεια διοχετεύει στα διάφορα διαφημιστικά

μέσα προκειμένου η επιχείρηση να επικοινωνήσει με την αγορά-στόχο της. Τα βασικά στάδια μιας διαφημιστικής καμπάνιας είναι:

- Ο προσδιορισμός και η ανάλυση της αγοράς - στόχου της διαφήμισης
- Ο καθορισμός του αντικειμενικού στόχου της διαφήμισης
- Ο προσδιορισμός του ύψους του προϋπολογισμού της διαφήμισης
- Η δημιουργία του διαφημιστικού μηνύματος
- Η επιλογή των μέσων μαζικής επικοινωνίας και
- Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης

Η επιλογή του μέσου ή των μέσων μαζικής επικοινωνίας για την μεταβίβαση του διαφημιστικού μηνύματος είναι ένα από τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει κάποιος κατά τον προγραμματισμό μιας διαφημιστικής καμπάνιας. Για να είναι επιτυχημένη μια διαφήμιση δεν αρκεί μόνο η ύπαρξη του σωστού διαφημιστικού μηνύματος, αλλά θα πρέπει να μεταβιβαστεί και με το κατάλληλο μέσο στο σωστό κοινό.

6.5. Τα Βασικά Μέσα Επικοινωνίας - Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα

Τα βασικότερα μέσα επικοινωνίας, καθώς και τα πλεονεκτήματα αυτών, αναφέρονται παρακάτω:

1. **Η Τηλεόραση:** Οι διαφημίσεις στην τηλεόραση έχουν πολλά πλεονεκτήματα. Το διαφημιστικό μήνυμα συλλαμβάνεται από τον αποδέκτη με τις δυο πιο αποτελεσματικές αισθήσεις, που είναι η όραση και η ακοή. Η διαφήμιση από την τηλεόραση έχει μεγάλη εμβέλεια και αποτελεσματικότητα, ιδιαίτερα όταν γίνεται ενδιάμεσα ή στην αρχή των εκπομπών με μεγάλη ακροαματικότητα. Το μειονέκτημά της έγκειται στο τεράστιο κόστος όχι μόνο ανά μονάδα χρόνου, αλλά και στο κόστος επαναλήψεων (πολλαπλών προβολών) λόγω του συχνού ζάπινγκ των τηλεθεατών.
2. **Το Ραδιόφωνο:** Το κόστος της διαφήμισης μέσω του ραδιοφώνου είναι χαμηλό, μπορεί κανείς να έχει τοπική κάλυψη και δυνατότητα συχνής επανάληψης της διαφήμισης. Το μειονέκτημα του ραδιοφώνου είναι ότι το μήνυμα μεταδίδεται μόνο ακουστικά και γι' αυτό δεν είναι τόσο αποδοτικό όσο η τηλεόραση.
3. **Οι Εφημερίδες:** Οι εφημερίδες είναι το παλαιότερο μέσο διαφήμισης. Ως μέσο έχει μεγάλη εμβέλεια και παρουσιάζει ταχύτητα στις καταχωρήσεις. Οι σελίδες του είναι θεματοποιημένες, οπότε η καταχώρηση μπορεί να μπει ως μέρος της σελίδας με το ανάλογο θέμα. Οι διαφημίσεις μέσω των εφημερίδων είναι περισσότερο αξιόπιστες σε σύγκριση με τα άλλα μέσα. Τα μειονεκτήματα της διαφήμισης μέσω των εφημερίδων είναι ότι έχουν μικρή ζωή και όχι πιστή απεικόνιση των διαφημίσεων, καθώς και έλλειψη κίνησης και ήχου.
4. **Τα Περιοδικά:** Σήμερα υπάρχει μεγάλη ποικιλία περιοδικών, αρκετών για να καλύψουν όλα τα τμήματα της αγοράς. Η διαφήμιση μέσω των περιοδικών είναι αποτελεσματική, γιατί η επιχείρηση μπορεί μέσω αυτών να φθάσει και στον πλέον εξειδικευμένο καταναλωτή. Το μεγάλο μειονέκτημα του

περιοδικού είναι ότι οι Μάρκετερς θα πρέπει να κλείσουν το χώρο στο περιοδικό πολλούς μήνες πριν την έκδοση του.

5. **Το Ταχυδρομείο (Η Άμεση Διαφήμιση):** Η απόδοση αυτού του μέσου μπορεί να μετρηθεί εύκολα από τον αριθμό των ανταποκρίσεων. Με το ταχυδρομείο μπορεί κανείς να μεταβιβάσει πολλές πληροφορίες σε επιλεγμένους αποδέκτες. Το μέσο αυτό πλησιάζει πολύ την προσωπική επαφή, αφού απευθύνεται χωριστά στον πελάτη που προσπαθεί να πλησιάσει η διαφήμιση. Τα μειονεκτήματα της διαφήμισης μέσω του ταχυδρομείου είναι το υψηλό κόστος, η χαμηλή εικόνα που δημιουργεί για την επιχείρηση και ο ανταγωνισμός που δημιουργείται από άλλες επιχειρήσεις που στέλνουν και αυτές διαφημίσεις μέσω του ταχυδρομείου.
6. **Η Υπαίθρια Διαφήμιση:** Στις υπαίθριες διαφημίσεις περιλαμβάνονται οι γιγαντοαφίσες, οι φωτεινές επιγραφές, οι έγχρωμες πινακίδες διαφόρου μεγέθους που είναι σταθερές στο έδαφος, κ.α. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν και οι μεταφερόμενες πινακίδες σε μεταφορικά μέσα, όπως λεωφορεία, τρόλεϊ κ.τ.λ. Το κόστος αυτών των διαφημίσεων είναι χαμηλό και η ακτίνα δράσης τους τοπική. Μειονέκτημα αυτής της διαφήμισης είναι η ρύπανση και η καταστροφή του περιβάλλοντος. (5)

6.6. Η Διαφήμιση μέσω του Διαδικτύου

Διαφήμιση μέσω του διαδικτύου ή διαφορετικά on-line διαφήμιση (όρος που υιοθετήθηκε τα τελευταία χρόνια από τον ακαδημαϊκό και διαφημιστικό χώρο) είναι το είδος της διαφήμισης που χρησιμοποιεί αποκλειστικά ως μέσο επικοινωνίας και προβολής το διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα το βασικό εργαλείο του διαδικτύου, τον Παγκόσμιο Ιστό Πληροφοριών (World Wide Web).

Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη των υπολογιστικών δικτύων άλλαξε ουσιαστικά το σκηνικό στο χώρο της επικοινωνίας. Με τη χρήση των δικτύων, γνωστά και ως «δίκτυα αλληλεπίδρασης», πραγματοποιείται μετά από πολλά χρόνια ένας μεγάλος στόχος της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών για μετάδοση και άμεση πρόσβαση σε εκατομμύρια πληροφορίες και δεδομένα. Η επανάσταση χωρίς κανένα ίχνος υπερβολής και η καθιέρωση του νέου μοντέλου αμφίδρομης επικοινωνίας πραγματοποιείται κυρίως από το μεγαλύτερο και δημοφιλέστερο δίκτυο υπολογιστών, το διαδίκτυο. Την τελευταία δεκαετία η ανάπτυξη και εξέλιξη του διαδικτύου με εκπληκτικά ταχύτατους ρυθμούς και η επίσης σύντομη υιοθέτηση του από ένα κοινό που αυξάνεται με σχεδόν γεωμετρικούς ρυθμούς, καθιερώνει ουσιαστικά το διαδίκτυο ως επικοινωνιακό μέσο με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης.

Οι άνθρωποι του χώρου της διαφήμισης δε θα μπορούσαν σε καμία περίπτωση να μη δείξουν ενδιαφέρον γι' αυτό το νέο δίαυλο επικοινωνίας και να μην εκμεταλλευτούν το «καινούριο», από πολλές απόψεις, κοινό του διαδικτύου. Η διαφημιστική χρήση του διαδικτύου έχει ξεκινήσει εδώ και πολύ λίγα χρόνια και αναζητούνται συνεχώς τρόποι και στρατηγικές ώστε το νέο αυτό μέσο να περιληφθεί αποτελεσματικά στο πρόγραμμα μάρκετινγκ και πιο συγκεκριμένα στο μείγμα προβολής μιας επιχείρησης. (6)

Η διαφήμιση είναι πολύ σημαντική δραστηριότητα, και γι' αυτό πολλές πολυεθνικές βιομηχανικές και εμπορικές επιχειρήσεις διαθέτουν τμήμα διαφήμισης. Το τμήμα αυτό χρησιμοποιεί τη βοήθεια πολλών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών που ασχολούνται με τον κλάδο της διαφήμισης, καθώς και μεμονωμένων ατόμων, όπως γραφιστών, φωτογράφων, τυπογράφων, ειδικών στα μέσα επικοινωνίας κ.α.

Στην χώρα μας ελάχιστες ελληνικές επιχειρήσεις διαθέτουν ένα πλήρως στελεχωμένο τμήμα διαφήμισης ή προχωρούν από μόνες τους στην υλοποίηση της διαφημιστικής τους καμπάνιας. Είναι συνηθισμένο το φαινόμενο για τις ελληνικές επιχειρήσεις να αναθέτουν εξολοκλήρου τη διαφημιστική τους καμπάνια σε διαφημιστικές εταιρίες.

Παρακάτω ακολουθεί μια πιο σαφής παρουσίαση, για το πως οργανώνονται και διοικούνται τέσσερις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις, του ρόλου της διαφήμισης καθώς και του τρόπου που προωθούν τα νέα προϊόντα τους μέσα από αυτήν. Η περιληπτική αναφορά ανά κλάδο δραστηριότητας που προηγείται κρίθηκε σκόπιμη για την ολοκληρωμένη εικόνα κάθε επιχείρησης.

7. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

7.1. Γενικά πληροφοριακά στοιχεία

Ο κλάδος της μεταποίησης και ιδιαίτερα εκείνος των τροφίμων και ποτών είναι παραδοσιακά από τους δυναμικότερους κλάδους της Ελληνικής βιομηχανίας και οικονομίας. Στη βιομηχανία τροφίμων - ποτών οι μεγάλες επιχειρήσεις αποτελούν το 80% του συνόλου των επιχειρήσεων και είναι συγκεντρωμένες στα μεγάλα αστικά κέντρα, έχουν εξαγωγικούς προσανατολισμούς και μηχανισμούς προστασίας των μεριδίων τους στην αγορά από τις αθρόες εισαγωγές. Ταυτόχρονα ο κλάδος συγκεντρώνει σχεδόν το 50% των στρατηγικών συνεργασιών, των συγχωνεύσεων και των εξαγορών που πραγματοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης (7). Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών τα τελευταία χρόνια είναι η περαιτέρω επέκταση εντός και εκτός συνόρων και η συνεχή της ανάπτυξη από άποψη όγκου δραστηριοτήτων.

Η θετική εικόνα του κλάδου οδηγεί στο φαινόμενο εισόδου ξένων προς το χώρο εταιριών, εντείνοντας έτσι τον ανταγωνισμό. Οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε μηχανολογικό εξοπλισμό τα τελευταία έτη αποκαλύπτουν την δυναμική των επιχειρήσεων του κλάδου και τις δυνατότητες αντίδρασης στον διεθνή ανταγωνισμό. Σε παγκόσμια βάση η βιομηχανία τροφίμων σχεδιάζει συνεχώς νέα προϊόντα για να καλύψει τις ποικίλες ανάγκες των καταναλωτών σε είδη διατροφής με διαφορετικές γεύσεις, άρωμα, θερμιδική αξία, χρώμα, σχήμα, λειτουργικότητα και άλλες παραμέτρους ειδικεύσης. Η δαπάνη για διαφημιστική προβολή στην Ελλάδα ξεπέρασε κάθε χρόνο τα 150 εκατομύρια ευρώ (50 δις. δρχ.), ενώ ιδιαίτερη είναι η σημασία του ρολού της συσκευασίας.

Ο ευαίσθητος κλάδος των τροφίμων και ποτών αντιμετωπίζει καθημερινά, νέες προκλήσεις οι οποίες προέρχονται από την θέσπιση νέων νομοθετικών και κανονιστικών διατάξεων, την τεχνολογική εξέλιξη σε υλικά και εξοπλισμό και τις συνεχώς διαμορφούμενες και εξελισσόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών. Λόγω όμως της φύσης των προϊόντων του, εμφανίζει την μεγαλύτερη ανθεκτικότητα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

Ιδιαίτερα σημαντικό γεγονός για τον κλάδο και την βιομηχανία τροφίμων και ποτών αποτελεί η σύσταση Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων, εξέλιξη που αποτελεί το πρώτο βήμα για τον εκσυγχρονισμό στα θέματα ποιότητας των προϊόντων. Τα επαναλαμβανόμενα σκάνδαλα τροφίμων τα οποία ταλαιπωρούν τους καταναλωτές θέτουν με επιτακτικότητα το πρόβλημα των συνθηκών εκτροφής των ζώων που προορίζονται για την ανθρώπινη κατανάλωση, αλλά και τις επιπτώσεις σε όλη την διατροφική αλυσίδα. Στην χώρα μας μετά το ξέσπασμα των διοξινών σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων στράφηκαν προς τις ασφαλιστικές εταιρίες προκειμένου να ασφαλίσουν την παραγωγή και τα προϊόντα τους.

Για τον κλάδο τροφίμων και ποτών η διεθνής επέκταση αντανακλά τις πιέσεις για αναζήτηση νέων αγορών. Το άνοιγμα των αγορών της Βαλκανικής λειτουργεί ως παράγοντας εκτόνωσης των πιέσεων που διαγράφονται στην εσωτερική αγορά. Η πραγματοποίηση άμεσων επενδύσεων σε γειτονικές χώρες μετά από μια σύντομη περίοδο εξαγωγικής διεϊσδυσης, αποσκοπούσε πρωταρχικά στην διασφάλιση των μεριδίων αγοράς, μέσω της ανάπτυξης τοπικών μονάδων παραγωγής και της

δημιουργίας ολοκληρωμένων δικτύων διανομής. Στην λογική αυτή εντάσσονται οι επιχειρήσεις που στηρίζονται στην επεξεργασία τοπικών πρώτων υλών πρωτογενούς προέλευσης. Πρόκειται για προσπάθεια εξασφάλισης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων μέσω του ελέγχου των τοπικών πόρων και των οικονομιών κλίμακας που χαρακτηρίζουν τον τομέα της συγκέντρωσης τους. (8)

7.2. Οι Γαλακτοβιομηχανίες

Η Ελλάδα διαθέτοντας παράδοση αιώνων στην παραγωγή γαλακτοκομικών ειδών έχει κατορθώσει τα τελευταία χρόνια να εκσυγχρονίσει και αναδιοργανώσει την υπάρχουσα υποδομή, αποκτώντας βιομηχανικό χαρακτήρα. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής.

Παρά την ανάπτυξη που έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια, ο κλάδος παραμένει κερματισμένος σε ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, μεταξύ των οποίων παρατηρείται μεγάλη διαφοροποίηση, τόσο ως προς το μέγεθος της παραγωγής όσο και ως προς τον τρόπο οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας και των δικτύων διανομής. Στον τομέα της γαλακτοβιομηχανίας η ύπαρξη αρκετών σημαντικών εταιρειών δημιουργεί έναν εντεινόμενο ανταγωνισμό και μετατοπίζει το βάρος σε νέα είδη και σε προωθητικές ενέργειες που επηρεάζουν το τελικό κόστος. Ο οξύς ανταγωνισμός μεταξύ των μεγάλων κυρίως εταιριών και η μεταστροφή της ζήτησης σε νέα προϊόντα, δημιουργούν κίνητρα στις επιχειρήσεις για νέες επενδύσεις ή για εκσυγχρονισμό των ήδη υφιστάμενων μονάδων τους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ οι επιχειρήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων αριθμούν γύρω στις 90 και αντιπροσωπεύουν το 1,7% των επιχειρήσεων της μεταποίησης. Ο συνολικός αριθμός των απασχολούμενων ανέρχεται σε 7.500 εργαζόμενους. Η εγχώρια κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων ανέρχεται στους 770 χιλ. τόνους, ενώ η βιομηχανία χαρακτηρίζεται ως εντάσεως πρώτων υλών, δεδομένου ότι αυτές αντιπροσωπεύουν το 80% του κόστους. Το αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο οφείλεται στις εκτεταμένες εισαγωγές γαλακτοκομικών, αποκλειστικά από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε αντίθεση με τις εξαγωγές οι οποίες αντιπροσωπεύουν ένα χαμηλό ποσοστό του συνόλου με έμφαση στα προϊόντα γιαούρτης (9).

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελείται από πλήθος μικρού κυρίως μεγέθους παραγωγικών επιχειρήσεων, καθεμία εκ των οποίων συμβάλει με χαμηλό ποσοστό στη διαμόρφωση του συνολικού μεγέθους παραγωγής, ενώ τα προϊόντα τους καλύπτουν τις ανάγκες των τοπικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Εντούτοις ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων μεγάλου μεγέθους καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής. Οι κυριότερες παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου είναι:

- ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
- ΑΓΝΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- ΔΩΔΩΝΗ Α.Β.Γ.Η. Α.Ε.
- ΒΟΡΑΣ Α.Ε.

- ΝΕΟΓΑΛ Α.Ε.
- ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε.
- ΤΥΡΑΣ Α.Ε.
- ΡΟΔΟΠΗ Α.Ε.
- ΑΛΠΙΝΟ Α.Β.Ε.Ε.
- ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ
- ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ Α.Β.Ε.Ε.
- ΕΛ-ΓΑΛ ΕΛΛ. ΡΗΓΑ Α.Ε.
- ΣΕΡΡΑΪΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε.
- ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΟΛΟΥ
- ΕΝΩΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΛΑΜΙΑΣ ΣΥΝ. ΠΕ.
- ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΤΡΙΚΑΛΩΝ – ΚΑ
- ΠΡΩΤΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΓΕΛΑΔΟΤΡΟΦΩΝ ΠΕΡΙΦ. ΠΑΤΡΩΝ ΣΥΝ. ΠΕ.

Ο βαθμός συγκέντρωσης στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων, η ένταση σε επίπεδο ανταγωνισμού και το σημαντικό δίκτυο διανομής των εταιρειών θα προσδιορίσουν την εξέλιξη της βιωσιμότητας του κλάδου τα προσεχή χρόνια. Για τη δεκαετία που διανύουμε υπολογίζεται ότι ο ρυθμός αύξησης της ιδιωτικής κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων θα κυμανθεί στα επίπεδα του 2% σε αντίθεση με την κατανάλωση των τροφίμων γενικότερα τα οποία προβλέπεται να ακολουθήσουν φθίνουσα πορεία. Ειδικότερα για την περίοδο έως και το 2003 ο ρυθμός αύξησης της ζήτησης εκτιμάται ότι θα κυμανθεί στα επίπεδα του 4% με εντονότερο ρυθμό για το γιαούρτι, η ζήτηση της οποίας προβλέπεται στα επίπεδα του 4,7%. (9)

Η αύξηση της κατανάλωσης αποδίδεται στη στροφή της προτίμησης του καταναλωτή για υγιεινή διατροφή και στην ύπαρξη πολλών νέων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας προσαρμοσμένων στις σύγχρονες απαιτήσεις. Οι τελευταίες καταναλωτικές τάσεις εστιάζονται σε :

- Φρέσκο, φυσικό και «τοπικό» φαγητό.
- Προϊόντα για παιδιά και έφηβους.
- Πρακτικά /λειτουργικά προϊόντα, snacks και υγιεινά προϊόντα

Οι εταιρείες του κλάδου επενδύουν σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας προσαρμοσμένα στις ανάγκες των «νέων καταναλωτών». Μία παράμετρος που θα επηρεάσει τη ζήτηση τα προσεχή χρόνια αποτελεί και η εξέλιξη των τιμών όπως αυτές εκφράζονται μέσα από το δείκτη τιμών του καταναλωτή. Το φρέσκο παστεριωμένο, το γάλα υψηλής παστερίωσης, το σοκολατούχο, αποτελούν τις σημαντικότερες κατηγορίες γάλακτος και αναλογούν σε περισσότερο από το 50% της συνολικής κατανάλωσης σε όγκο και σε αξία. (9)

Εν τέλει η αναδιάρθρωση και αναδιοργάνωση, με στόχο τη μείωση του λειτουργικού κόστους, την βελτίωση των δικτύων διανομής και την εκμετάλλευση νέων αγορών εντάσσονται στις άμεσες προτεραιότητες των ηγετικών επιχειρήσεων του κλάδου, όπως και της ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. (σημερινή ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.) με την οποία θα ασχοληθούμε στην συνέχεια.



8.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η εταιρεία ξεκίνησε το 1952 από τον Αριστείδη Δασκαλόπουλο, ιδρυτή και μέχρι 9/9/2000 Πρόεδρο του διοικητικού συμβουλίου, ως ένα εργαστήριο παραγωγής γιαούρτης και διάθεσης γάλακτος.

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε ιδρύθηκε με την επωνυμία ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε στις 31 Δεκεμβρίου 1968 (ΦΕΚ 1202/31,12,1968 δελτίο Α.Ε και Ε.Π.Ε) και είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών με αριθμό 1154/06/Β/86/39. Η διάρκεια της εταιρίας έχει ορισθεί σε ογδόντα (80) χρόνια και λήγει την 31^η Δεκεμβρίου 2048. Έδρα της έχει ορισθεί ο Δήμος Αθηναίων και τα κεντρικά γραφεία, βρίσκονται στον Ταύρο, οδός Κερκύρας 3, 17778 Ταύρος, τηλ.: 010 349 4000.

Σύμφωνα με την από 29 Νοεμβρίου 1999 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων, από 1/1/2000 ο Όμιλος προχώρησε στην απόσχιση των δυο κλάδων του παγωτού και των γαλακτοκομικών, δημιουργώντας δυο ξεχωριστές νομικά και φορολογικές εταιρείες. Επίσης η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. μετατράπηκε σε εταιρεία συμμετοχών (holding) με την επωνυμία ΔΕΛΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. με την ίδια μετοχική σύνθεση.

Στο νέο σχήμα οι δυο νέες εταιρείες που δημιουργήθηκαν, μετά την απόσχιση κλάδου (σύμφωνα με τον Ν. 2166/1993) είναι η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. και η ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε., και οι δυο κατ' αρχήν 100% θυγατρικές της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. Ο κλάδος των γαλακτοκομικών και χυμών εισφέρθηκε στην εταιρεία ΑΙΓΙΣ Α.Ε. (100% θυγατρική της ΔΕΛΤΑ), η οποία μετονομάστηκε σε ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. Ο κλάδος των παγωτών εισφέρθηκε στην εταιρεία ΑΡΜΟΣ Α.Ε. (100% θυγατρική της ΔΕΛΤΑ), η οποία μετονομάστηκε σε ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε.

Επίσης, αποφασίστηκε η ανταλλαγή του 20% που κατείχε η DANONE στη ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. (στη συνέχεια ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.) με το 30% στη μελλοντική ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε μετά την απόσχιση. Η διαδικασία ήταν η ακόλουθη : η DANONE μεταβίβασε το 20% των μετοχών της Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανίας Γάλακτος Α.Ε. (στη συνέχεια Δέλτα Συμμετοχών Α.Ε.) που κατείχε σε θυγατρική της του εξωτερικού. Η θυγατρική αυτή μεταβιβάστηκε στη Δέλτα Συμμέτοχων Α.Ε. και μετονομάστηκε σε DELTA INVESTMENTS S.A. Σε αντάλλαγμα για τη μεταβίβαση αυτή, η DANONE απέκτησε το 30 % της Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε. (μετά την απόσχιση) και το ποσό των 5 δις. δρχ. σε μετρητά. (11)

Η δημιουργία της ARLA FOODS HELLAS AEBEE σε συνεργασία με την πολυεθνική εταιρεία ARLA FOODS amba στα τυροκομικά και στο βούτυρο, η εξαγορά του 90% της ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε. που δραστηριοποιείται στην εμπορία αλεύρων και προϊόντων αλεύρων, η εξαγορά 60% της GOODY'S Α.Ε. στον χώρο της μαζικής εστίασης και των υπηρεσιών, η συμμετοχή 53,5% στην ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε. στα κατεψυγμένα τρόφιμα, η συνεργασία με την CHIPITA στα τυποποιημένα τρόφιμα (σνάκς), η εξαγορά 25% στην παγωτά ΔΩΔΩΝΗ ΑΒΕΕ και η σύναψη στρατηγικής συμμαχίας με τον μεγαλύτερο σε παγκόσμιο επίπεδο όμιλο στον χώρο των υπηρεσιών catering τη SODEXHO ALLIANCE αποτελούν τις στρατηγικές σημασίας κινήσεις του Ομίλου ΔΕΛΤΑ έως σήμερα.

8.2. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Ο όμιλος εταιριών ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε ελέγχει μετοχικά 16 θυγατρικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των τροφίμων. Ως συμμετοχική εταιρία αναλαμβάνει αρμοδιότητες και ευθύνες που συμπεριλαμβάνουν τον στρατηγικό σχεδιασμό ανάπτυξης και επέκτασης, τον έλεγχο και αξιολόγηση της διοικητικής αποδοτικότητας, τον λογιστικό και νομικό έλεγχο και την εταιρική επικοινωνία.



διάγραμμα (1)

*πηγή (12) WWW.delta.gr

8.3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ - ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ δραστηριοποιείται ενεργά στο κλάδο των τροφίμων (γαλακτοκομικά προϊόντα και χυμοί, γιαούρτι, παγωτά).

Σύμφωνα με το ΣΤΑΚΟΔ-91, η δραστηριότητα της κατατάσσεται στον κλάδο Δ. Μεταποιητικές Βιομηχανίες

ΔΑ. Βιομηχανία Τροφίμων, Ποτών και Καπνοβιομηχανία

15. Βιομηχανία τροφίμων και ποτών

153.2 Παραγωγή χυμών από φρούτα και λαχανικά

155.1 Λειτουργία γαλακτοκομείων και τυροκομία, και

155.2 Παρασκευή παγωτών.

κατέχει τις ακόλουθες άδειες λειτουργίας των βιομηχανικών / παραγωγικών της εγκαταστάσεων:

α) Άδεια λειτουργίας και εκσυγχρονισμού αορίστου διάρκειας του εργοστάσιου επεξεργασίας και συσκευασίας γάλακτος και συσκευασίας χυμών, Λεωφ. Ειρήνης 16, Ταυρος (22/7/98, Αριθμ. Πρωτ. 4216).

β) Άδεια λειτουργίας και εκσυγχρονισμού διάρκειας τριών (3) ετών του εργοστάσιου παράγωγης παγωτού, Κερκύρας 3, Ταυρος (20/2/98, Αριθμ. Πρωτ. 6843).

γ) Άδεια λειτουργίας και εκσυγχρονισμού διάρκειας τριών (3) ετών και άδεια κτιριακού εκσυγχρονισμού διάρκειας δυο (2) ετών του εργοστάσιου παράγωγης γιαούρτης, 23^ο χιλ. Εθν. Οδού Αθηνών- Λαμίας (18/6/97, Αριθμ. Πρωτ. 318/97).

σκοπός του είναι :

α) Η βιομηχανική επεξεργασία και εμπορία γάλακτος, των παραγώγων, συναφών η και παρεμφερών ειδών αυτού.

β) Η παραγωγή και εμπορία παγωτών, χυμών φρούτων καθώς και κάθε είδους τροφίμων και ποτών.

γ) Η εισαγωγή και εξαγωγή και αντιπροσώπευση οίκων εσωτερικού και εξωτερικού που παράγουν οι εμπορεύονται τα παραπάνω αναφερόμενα παρεμφερή ή μη είδη.

δ) Κτηνοτροφικές δραστηριότητες κάθε είδους, εκτροφή, παραγωγή και εμπορία ζώων και ιδίως αγελάδων και αιγοπροβάτων, καθώς και η πρωτογενής παραγωγή, εκμετάλλευση και διάθεση γάλακτος.

ε) Η ίδρυση ή και η συμμετοχή σε υφιστάμενες ή ιδρυθησομενες οποιασδήποτε μορφής εταιρίες εσωτερικού ή εξωτερικού που επιδιώκουν τους αυτούς ή μη σκοπούς.

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. επιδιώκει να εξελιχθεί σε έναν Ευρωπαϊκό μάνατζερ εταιρικού χαρτοφυλακίου ικανό να :

- Μεγιστοποιεί τις αξίες από την επιτυχημένη εκμετάλλευση ευκαιριών στις συνισταμένες των αξόνων διατροφής, υγείας και ψυχαγωγίας.
- Ενισχύει την αποτελεσματικότητα του ενεργητικού και των ικανοτήτων της μέσα από ενεργή δικτύωση με τοπικούς και διεθνείς συμμάχους.

Για την υλοποίηση του νέου ρόλου της, η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε είναι οργανωτικά δομημένη με αναφορά σε 8 βασικές λειτουργίες :

1. Εταιρική Στρατηγική και Επιχειρησιακή ανάπτυξη
2. Επιχειρησιακός Σχεδιασμός και Διαχείριση Αποδοτικότητας.
3. Οικονομικές Υπηρεσίες.
4. Λογιστικές Υπηρεσίες.
5. Υπηρεσίες Εσωτερικού Ελέγχου.
6. Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού.
7. Εταιρική Επικοινωνία.
8. Τεχνολογία Πληροφορικής.

8.4. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ - ΣΥΝΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. έχει ως στόχο της την ανάπτυξη όλων των δραστηριοτήτων του Ομίλου και, παράλληλα, τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων του, δημιουργώντας έτσι έναν Όμιλο εταιριών με επίκεντρο τον καταναλωτή και την εξυπηρέτηση των αναγκών του στους άξονες της διατροφής, της υγείας και της ψυχαγωγίας. Ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ αποτελείται από τις παρακάτω θυγατρικές-συγγενείς εταιρίες :

1. ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

Η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. με ηγετικό μερίδιο αγοράς στο φρέσκο γάλα και αυξανόμενα μερίδια αγοράς στα φρέσκα γαλακτοκομικά προϊόντα αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, άνω του 10% τον χρόνο, με καινούργια προϊόντα μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας, μειώνοντας το λειτουργικό κόστος και επενδύοντας μεθοδικά στην διεύρυνση του δικτύου, αλλά και στον ορθολογισμό της παραγωγικής βάσης. Στα πλαίσια αυτά θα αναπτυχθεί περισσότερο η αγορά των παιδικών τροφών και η γκάμα προϊόντων ADVANCE, ενώ ήδη δημιουργείται νέα παραγωγική μονάδα γάλακτος στην περιοχή της Σίνδου, με στόχο την εξασφάλιση ηγετικής θέσης στην αγορά της Βορείου Ελλάδας. Επιπλέον, θα αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο η συνεργασία με την ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕΕ για τη διανομή τυριού και βουτύρου στην ελληνική αγορά, ενώ σημαντική θα είναι και η εκμετάλλευση της πλατφόρμας της Ολυμπιακής Χορηγίας, καθώς η εταιρεία είναι Μέγας Χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 στο λευκό γάλα.

2. ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε.

Η ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε., θυγατρική της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. κατά 90% δραστηριοποιείται στην εμπορία αλεύρων και προϊόντων αλεύρων. Η απόσχιση του κλάδου παραγωγής και εμπορίας αλεύρων είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία και ταυτόχρονη απορρόφησή της από την ΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε. Οι στόχοι και οι προοπτικές της ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε. καθορίζονται από την ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. μετά την απορρόφηση της εφόσον αναμένετε και η αλλαγή της επωνυμίας της.

3. ΟΜΙΛΟΣ ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε.

Η ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. θα ολοκληρώσει και τυπικά τη διαδικασία απορρόφησής της από την εισηγμένη ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗΣ Α.Ε., οπότε μετά και την αλλαγή της επωνυμίας της ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗΣ Α.Ε. σε ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε., και την είσοδό της στο ΧΑΑ, δημιουργούνται νέες προϋποθέσεις για την περαιτέρω δυναμική ανάπτυξή της. Η επέκταση της εταιρείας στη Ν.Α. Ευρώπη με τρία εργοστάσια παραγωγής παγωτού (Σερβία, Ρουμανία και Βουλγαρία) και μερίδια αγοράς που υπερβαίνουν το 50%, θα συνεχιστεί και το 2002 με αισθητά βελτιωμένα αποτελέσματα, ενδυναμωμένα και

από την έναρξη των εξαγωγών σε χώρες όπως η Ουκρανία, η Κροατία και η Γεωργία. Τα ανωτέρω σε συνδυασμό με το μειωμένο λειτουργικό κόστος στην Ελλάδα και το λανσάρισμα καινούργιων προϊόντων με υψηλή προστιθέμενη αξία και την εκμετάλλευση της πλατφόρμας της Ολυμπιακής Χορηγίας, θα προσδώσουν στη ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. αύξηση μεγεθών που εκτιμάται ότι θα υπερβεί το 15%.

4. ΟΜΙΛΟΣ GOODY'S A.E.

Η GOODY'S A.E. με την ολοκλήρωση της νέας οργανωτικής δομής της, στοχεύει στην ανάπτυξη των αλυσίδων Goody's και Flocafe, με το άνοιγμα 20 νέων καταστημάτων στην Ελλάδα, στην Κύπρο και σε κλειστές αγορές, όπως τα πλοία και τα κυλικεία, ξεπερνώντας έτσι τα 220 καταστήματα συνολικά. Έτσι, σε συνδυασμό με τη δυναμική ανάπτυξη νέων προϊόντων, η εταιρεία ενισχύει την ηγετική θέση της στην αγορά εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης καθώς και στην αγορά των Καφέ, επιτυγχάνοντας ρυθμό ανάπτυξης πάνω από 10%. Αυτό σημαίνει ότι δεν θα αναπτυχθούν οι μη κερδοφόρες επιχειρήσεις Planet Hollywood και Telepizza η ρευστοποίηση των οποίων έχει προγραμματιστεί. Στον χώρο του catering θα υλοποιηθεί ένα σημαντικό επενδυτικό πρόγραμμα για την περαιτέρω ανάπτυξη των θυγατρικών της Hellenic Catering και Floca AE, ενώ στα πλαίσια της στρατηγικής συνεργασίας με τη μεγαλύτερη εταιρεία του χώρου παγκοσμίως, τη SODEXHO ALLIANCE, η τελευταία απέκτησε το 51% της θυγατρικής INTERTASTE, ενώ το 49% θα παραμείνει στον Όμιλο GOODY'S A.E

5. ΟΜΙΛΟΣ ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε.

Η ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε. με βάση την ηγετική θέση της στην αγορά των καταψυγμένων λαχανικών όπου κατέχει μερίδιο 70%, θα αναπτύξει περαιτέρω την αγορά του καταψυγμένου έτοιμου φαγητού με την ολοκλήρωση της σχετικής γκάμας προϊόντων. Επίσης, θα αναπτυχθούν και νέες κατηγορίες προϊόντων για catering και θα εξελιχθεί περαιτέρω η κατηγορία ζυμών με την επωνυμία «Χρυσή Ζύμη», προσβλέποντας έτσι σε ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 11%.

6. ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕΕ

Η ARLA FOODS HELLAS ΑΕΒΕΕ που κατέχει ηγετική θέση στην εισαγωγή και παραγωγή τυριού θα συνεχίσει την ανάπτυξή της με αιχμή τα ήδη πετυχημένα προϊόντα Φέτα και Ημερινό στις αγορές του εσωτερικού και του εξωτερικού. Από την πλευρά της, η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (που κατέχει ποσοστό 40% της ARLA) θα συνεχίσει την ενεργό συμμετοχή της στην επέκταση της εταιρείας υποστηρίζοντας τη διοίκηση που ασκεί η πλευρά των Δανών στρατηγικών εταίρων, η οποία και έχει ως στόχο την περαιτέρω διεύρυνση του πεδίου δράσης της εταιρείας και την εντατικοποίηση των εξαγωγών.

8.5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΠΟΙΟΤΗΤΑ

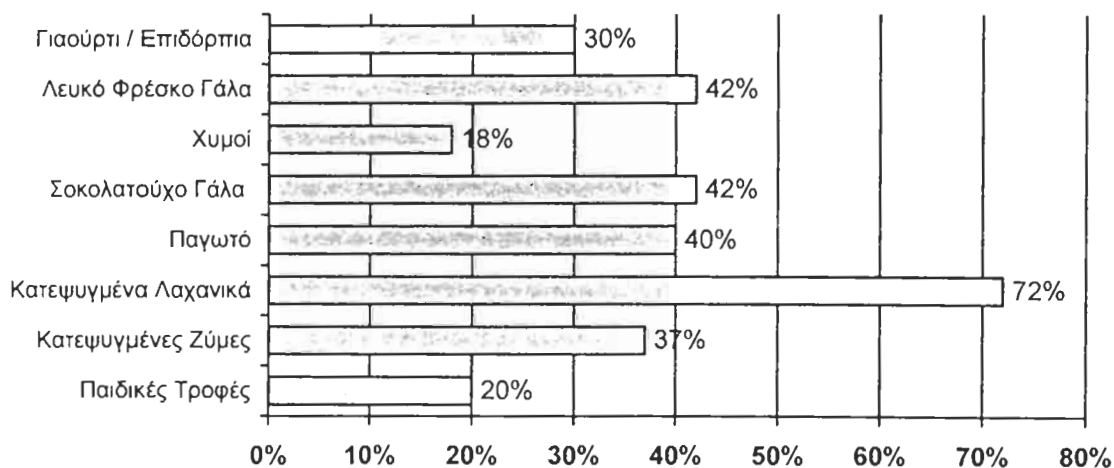
Ο Όμιλος παράγει 160 διαφορετικά προϊόντα: από άσπρο φρέσκο γάλα, γιαούρτι και παγωτό μέχρι χυμούς, σοκολατούχο γάλα, γλυκά γάλακτος και καταψυγμένα τρόφιμα. Στον πίνακα (1) που ακολουθεί παρουσιάζονται, τα περισσότερα ανά κλάδο δραστηριότητας.

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ		ΧΥΜΟΙ	
ΔΕΛΤΑ ADVANCE ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΠΛΗΡΕΣ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ PLUS ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ FORME ΜΙΛΚΟ ΑΠΑΧΟ ΓΑΛΑ ΜΕ ΚΑΚΑΟ ΜΙΛΚΟ ΑΣΤΙΟΝ ΠΛΗΡΕΣ ΓΑΛΑ ΜΙΛΚΟ SUGAR FREE MILCAFE ΗΜΙΑΠΑΧΟ ΓΑΛΑ ΜΕ ΚΑΦΕ ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ U.H.T. ΓΙΑΟΥΡΤΙ COMPLET / LIGHT ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΔΕΛΤΑ ΑΓΕΛΑΔΟΣ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΑΓΕΛΑΔΟΣ LACTIVA ACTIMEL KID VITALINE ΣΤΡΑΓΓΑΤΟ		ΦΥΣΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ 100% LIFE CLASSIC ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ LIFE CLASSIC ΜΗΛΟ LIFE CLASSIC COCKTAIL LIFE CLASSIC ΡΟΔΑΚΙΝΟ LIFE ΛΕΜΟΝΑΔΑ LIFE ACTION COCKTAIL ΦΡΟΥΤΩΝ LIFE CLASSIC ΣΑΓΚΟΥΙΝΙ LIFE ΤΣΑΙ ΜΕ ΧΥΜΟ ΡΟΔΑΚΙΝΟΥ LIFE ΤΣΑΙ ΜΕ ΛΕΜΟΝΙ ΠΑΓΩΜΕΝΟ ΤΣΑΙ ΜΕ ΧΥΜΟ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΟΥ ΠΑΓΩΜΕΝΟ ΤΣΑΙ ΜΕ ΧΥΜΟ ΦΡΑΟΥΛΑΣ	
ΠΑΓΩΤΑ			
BOSS DOUBLE CLASSIC WHITE CARAMEL (MEGA SIZE) CHOCOLATE & ΚΑΗΛΙΑ MEGA MAGNUM COOKIES VANILLA & STRAWBERRIES CHOCOLATE TOFFEE LOVERS VANILLA OF MADAGASCAR (NEO) MAGNUM (CHOCO, CREAM, CARAMEL) OVER ΠΥΡΑΥΛΟΣ OVER ΒΑΝΙΛΙΑ (NEO)		BOSS MINI COLLECTION ALMOND NIRVANA CHOC CHOC CHIP VANILLA FUDGE & NUTS COOKIES & CREAM MEGA MAGNUM MEGA MAGNUM PEANUTS ΠΥΡΑΥΛΟΣ OVER ΣΟΚΟΛΑΤΑ	
		BOSS MINI CANDIES ΠΑΓΩΤΟΣΟΚΟΛΑΤΑ PRALINES & CREAM COOL & SLIM ΣΑΝΤΟΥΙΤΣ OVER LIFE φράουλα VOLCANO πορτοκάλι	
ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ			
Ρυζόγαλο	Chocolate & Orange	Danette Espresso	
Viennois	Vanille Crack n' Snack	Danette Caramella	
ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ			
Κατεψυγμένα λαχανικά και έτοιμα γεύματα "ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ" Κατεψυγμένες ζύμες "ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ" κ "ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ"			
ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ-ΒΟΥΤΥΡΑ			
Ελληνικά τυριά "ΦΕΤΑ ΔΕΛΤΑ" Βούτυρο "LURPAK"			
ΑΛΕΥΡΑ			
Αλεύρι Πετρομυλου ολικής μαλακού / σκληρού σίτου Μίγματα και βελτιωτικά συμπυκνώματα Αλεύρι από καλαμπόκι και διάφορα ένζυμα όπως η γλουτένη			
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ			
Μαζικής, Λιανικής εστίασης και catering (Goody's, Floca ,Hellenic catering)			

Για τη μεταφορά της πρώτης ύλης και για τον εφοδιασμό των σημείων πώλησης, ο Όμιλος χρησιμοποιεί ένα στόλο από 1300 φορητά-ψυγεία (900 στην Ελλάδα και 400 στο εξωτερικό) και 4 κέντρα διανομής (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα, Πάτρα). Διαθέτει 85.000 σημεία πώλησης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και 17 μονάδες παραγωγής :

- 5 Παγωτού (2 Ελλάδα και 3 Βαλκάνια)
- 1 Γάλακτος/ Χυμών
- 1 Φρέσκων Γαλακτοκομικών
- 3 Κατεψυγμένων Τροφίμων
- 1 Εκτροφής Ζώων
- 1 Τυριού
- 1 Προϊόντων Αρτοποιίας
- 2 Μύλοι Αλεύρων
- 2 Προϊόντων Διατροφής & Έτοιμου Φαγητού

Στον παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζετε η διείσδυση του Ομίλου ΔΕΛΤΑ ανά κατηγορία προϊόντος στην Ελληνική αγορά :



διάγραμμα (2)

*πηγή(12)

Την ήδη ηγετική θέση του Ομίλου στο γάλα και το παγωτό ενίσχυσε η διεύρυνση των αγορών, μέσα από το επαναλανσάρισμα παλιών και την είσοδο νέων εξειδικευμένων προϊόντων. Επιπλέον, η ανανέωση των συσκευασιών όλης της σειράς του Φρέσκου Γάλακτος ΔΕΛΤΑ και η δημιουργία του Κέντρου Ενημέρωσης Καταναλωτών συντέειναν αποτελεσματικά στην ανάπτυξη των πωλήσεων της εταιρίας. Στα παραπάνω αξίζει να προστεθεί και η εκτεταμένη χρήση νέων τεχνολογιών, όπως η νέα, υπερσύγχρονη για τα ελληνικά δεδομένα γραμμή παραγωγής γιαούρτης, που έχει αποφέρει σημαντική μείωση του κόστους, ενώ ταυτόχρονα βελτιώνει ακόμη περισσότερο τα ποιοτικά αποτελέσματα. Βέβαια, η είσοδος προϊόντων υψηλής τεχνολογίας δημιουργεί νέες ανακατατάξεις στα μερίδια των εταιρειών εντός της Ελληνικής Αγοράς.

Για τη διασφάλιση της ποιότητας της πρώτης ύλης, ο Όμιλος έχει δραστηριοποιηθεί στον τομέα της κτηνοτροφίας, ιδρύοντας πρότυπες μονάδες, μεταφέροντας τεχνολογία και τεχνογνωσία στους κτηνοτρόφους, διαθέτοντας (με εξαιρετικά ευνοϊκούς όρους) ζωικό κεφάλαιο και ζωοτροφές και παρέχοντάς τους ακόμη και κτηνιατρικές υπηρεσίες, εκεί όπου η κρατική υποδομή αδυνατεί να ανταποκριθεί στις πραγματικές ανάγκες.

Η εταιρία προκείμενου να εγγυηθεί για την ποιότητα των προϊόντων της διαθέτει εξειδικευμένο Γερμανικό εργαστήριο που πραγματοποιεί ελέγχους για όλες τις Φάρμες ΔΕΛΤΑ και είναι η μόνη Ελληνική Γαλακτοβιομηχανία που παράγει η ίδια τις ζωοτροφές με τις οποίες εφοδιάζει τους κτηνοτρόφους της. Θεωρεί, έτσι, πως είναι η πλέον αρμόδια να εγγυηθεί την ποιότητα των προϊόντων που διαθέτει στον καταναλωτή, αφού σε κάθε κουτί προϊόντος της υπάρχει η υπογραφή της ενώ με αφορμή το θέμα που έχει δημιουργηθεί σχετικά με την ύπαρξη διοξίνης σε Βελγικά προϊόντα, θεωρεί υποχρέωσή της να ενημερώσει υπεύθυνα τους καταναλωτές.

Οι εταιρίες ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. για τον σχεδιασμό, ανάπτυξη και παραγωγή παγωτού και ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε για τον Σχεδιασμό, ανάπτυξη, παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων : γιαούρτης, επιδορπίων με βάση το γάλα, κρεμών και ρυζόγαλων έχει χορηγηθεί Πιστοποιητικό Συμμόρφωσης Συστήματος Ποιότητας (ISO9001) από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛΟΤ).

8.6. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Γήπεδα - Κτιριακές Εγκαταστάσεις.

ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.

Τα γήπεδα της εταιρίας που είναι υπό την ιδιοκτησία της είναι :

- 4 Αγροτεμάχια (Αγ. Ιωάννη Μεγάρων 10.464τ.μ - Κόκκινο Λιθάρι Αγ. Θεοδώρων 8000τ.μ και 2450τ.μ - Καρίτσας Πιερίας 50.000τ.μ).
- 4 Οικόπεδα (Αυλώνας 65.859τ.μ - Γιαννούλι Λάρισας 24.744τ.μ - Μάλλια Κουκιά Κερατέας 20.000τ.μ - Αγ. Αθανασίου Λαμίας 8742τ.μ).

Τα ιδιόκτητα κτίρια της εταιρίας περιλαμβάνουν :

- 1 Κατάστημα (Διοδότης 55 Αθήνα 130τ.μ με βοηθητικό χώρο 172τ.μ).
- 2 Κτίρια (Αγ. Σάββα 105 Αθήνα 3001τ.μ με βοηθητικό χώρο 1.049τ.μ - Αγ. Αθανασίου Λαμίας 400τ.μ).

ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε.

- 1 Οικόπεδο (Αμπαβρης Δήμος Κω, 6.880τ.μ)

ΜΥΛΟΙ ΠΑΠΑΦΙΛΗ Α.Ε.

Η εταιρία έχει στην κυριότητα της τα ακόλουθα ακίνητα :

- 1 Οικόπεδο (Κεσίμια Δήμου Κορίνθου 7.592τ.μ).
- 2 Αγροτεμάχια (Καλαμάκι Δήμου Περαχώρας -Λουτρακίου 7.534τ.μ -Κεσίμια Δήμου Κορίνθου 777τ.μ).
- 1 Ακίνητο (Καλαμάκι Δήμου Περαχώρας - Λουτρακίου 18.319τ.μ).
Η εταιρία μισθώνει :
- 2 Υποκατάστημα (Μ. Αλεξάνδρου 161τ.μ , Αιγάλεω 90τ.μ - Ωραιόκαστρο Θεσσαλονίκης 350τ.μ έναντι 300.000 δρχ: έκαστος πλέον το χαρτόσημο).

ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε.

Τα ιδιόκτητα οικόπεδα και κτίρια της εταιρίας που αφορούν την παραγωγή παγωτού περιλαμβάνουν :

- Συνεχόμενα οικόπεδα 11.695τ.μ. στο οποίο βρίσκεται το εργοστάσιο παγωτού συνολικής καλυπτόμενης επιφάνειας 12.046τ.μ.
- 16 οικόπεδα (Ταύρος 4.876τ.μ. - Προφήτη Δανιήλ 3 4.099τ.μ. με κτίσματα 1600τ.μ. - Παναγίας Πλατάνας με κτίσμα 1.300τ.μ. - Παναγίας Πλατάνας και Δημοκρατίας 2.107τ.μ. και 152τ.μ. - Προφήτη Δανιήλ 16 2.057τ.μ. με κτίσματα 2.700τ.μ. - Φαλάνη Λαρίσας 22.508τ.μ. - Μουδανιά 9.600τ.μ. - Πλατάνι Πατρών με κτίσματα 1523τ.μ. - Περιβόλια Χανίων 1.155τ.μ. - Μητρούσης Σερρών 8.840τ.μ. - Ταύρο 1.579τ.μ. - Αγ. Βασιλείου Πατρών - Αγ. Στέφανο 42.113τ.μ. - Ν. Έφεσος Πιερίας 1.022τ.μ.).

DELYUG S.A.

(Τα παρακάτω γήπεδα - κτίρια - εγκαταστάσεις βρίσκονται στην περιοχή της Stara Pazova).

- 1 Οικόπεδο 75.268τ.μ. (Παραγωγική μονάδα παγωτού 3.300τ.μ. - αποθήκη καταψυκτών 1.060τ.μ. - θάλαμος ενέργειας 1.030τ.μ. - υπόγειος θάλαμος καυσίμων 20τ.μ. - θέση παρκινγκ και δρόμος 7.500τ.μ. - βιολογικός καθαρισμός 380τ.μ. - φυλάκιο 10τ.μ. - μετασχηματιστής 80τ.μ.- πηγάδι 6τ.μ. - αποθήκη ανταλλακτικών 108τ.μ. - 2 ψυκτικοί θάλαμοι 800τ.μ. και 1.500τ.μ.).

DELTA ROMANIA S.A.

- 4 Οικόπεδα (Sanmartin 208 Oradea 1.618τ.μ. - Flechtenmacher 12 Brasov 1.266τ.μ. - Nicolae Filimon Constanta 980τ.μ. - Cluj 1.900τ.μ.).
- 4 Κτιριακές εγκαταστάσεις γραφείων (Oradea 76τ.μ. - Brasov 76τ.μ. - Constanta 119,6τ.μ. - Cluj 76τ.μ.).
- 4 Αποθήκες καταψυκτών (Oradea 90τ.μ. - Brasov 90τ.μ. - Constanta 90 τ.μ. - Cluj 88,2τ.μ.).

DELTA BULGARIA S.A.

- 3 Οικόπεδα (Σόφια 35.000τ.μ. - Φιλιππούπολη 4.180τ.μ.- Πυργο6.580τ.μ.).
- 2 Κτίρια (Σόφια 1.200τ.μ. - Φιλιππούπολη 4.180 τ.μ.).
- 2 Ψυκτικές Θάλαμοι (Σόφια 2.714τ.μ. - Βάρνας 1.900τ.μ.)

VITALACT S.A.

- 1 Οικόπεδο (Βάρνας 71.300 τ.μ.).
- Κτίρια και εγκαταστάσεις παραγωγής γαλακτοκομικών (Βάρνας 24.339 τ.μ.).

ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

- 16 Οικόπεδα (Λεωφόρο Ειρήνης 16 20.433τ.μ. εργοστάσιο Γάλακτος / Χυμών - Αγ. Στέφανο Αττικής 129.053τ.μ. εργοστάσιο Γιαούρτης - Κρυονέρι Αττικής 638τ.μ. με κτίσμα 170τ.μ. - Ηράκλεια Σερρών 6.563τ.μ. με κτίσματα 694τ.μ. - Συδινη Ξάνθης 4.900τ.μ. με κτίσματα 1.000τ.μ. - Κομοτηνή 22.316τ.μ. με κτίσματα 1.700τ.μ. - Ασπρόπυργος 1.357τ.μ. με κτίσματα 591τ.μ. - Λεχαινά Ηλείας 20.000τ.μ. με κτίσματα 1.024τ.μ. - Ζαρκο Τρικάλων 1.300τ.μ. με κτίσματα 1.294τ.μ. - ΒΙ.ΠΕ. Φλώρινας 15.858τ.μ. με κτίσματα 940τ.μ. - Γεφυρούδι Σερρών 26.355τ.μ. με κτίσματα 2.364τ.μ. - Ν. Καλλίστη Ροδόπης 18.050τ.μ. με κτίσματα 5.543τ.μ. - Συδινη Ξάνθης 2.250τ.μ. - Λαγκαδά Θεσσαλονίκης 41.250τ.μ. με κτίσματα 3.949τ.μ. - ΒΙ.ΠΕ.Θ. Σίνδου 29.383τ.μ. με κτίσματα 8.238τ.μ.)
- 2 Αγροτεμάχια (Ν. Καλλίστη Ροδόπης 25755τ.μ. και 33793τ.μ.)

ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.

- 1 Οικόπεδο (Σχηματάρι Βοιωτίας 16.942τ.μ.)
- 3 Αγροτεμάχια (Δήμος Αιγείρου Ροδόπης 11.400τ.μ., 33793τ.μ., 25755τ.μ.)

ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε.

- 2 ιδιόκτητα Εργοστάσια (ΒΙ.ΠΕ.Θ. Σίνδου σε ιδιόκτητο γήπεδο 44.276τ.μ με γραφεία διοίκησης 514τ.μ. - βιομηχανοστάσιο, μηχανοστάσιο, βοηθητικούς χώρους 10987 τ.μ. - θάλαμοι, ψυγεία 8.435τ.μ. και 5^ο χιλ. Εθν. οδού Λαρίσας - Αμπελώνα στη Λάρισα ιδιόκτητο οικόπεδο 24.203τ.μ. με βιομηχανοστάσιο, μηχανοστάσιο, βοηθητικούς χώρους 5.253τ.μ. - θάλαμοι, ψυγεία 2.865τ.μ. και ενοικιαζόμενο διπλό οικόπεδο 24.969τ.μ. με ψυκτικό συγκρότημα 3.670τ.μ.)
- 1 Οικόπεδο ("Σταματια Γλυκα" νομού Χίου 558τ.μ. εξ αδιαιρέτου με ποσοστό κυριότητας 50%.

ΑΛΕΞΙΣ Α.Β.Ε.Ε. ΑΡΤΟΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ

- 2 ιδιόκτητα Εργοστάσια (Νέα Μάλγαρα Θεσσαλονίκης σε ιδιόκτητα οικόπεδα 9.610τ.μ. με γραφεία διοίκησης 552τ.μ. - βιομηχανοστάσιο, βοηθητικούς χώρους 4.305 τ.μ. - αποθήκες, ψυγεία 2.723τ.μ. και ΒΙ.ΠΕ.Θ. Σίνδου σε ιδιόκτητο οικόπεδο 5236τ.μ. με βιομηχανοστάσιο 4443τ.μ. και αποθήκες-ψυγεία 1.502τ.μ.)
- 1 Οικόπεδο (ΒΙ.ΠΕ. Ιωαννίνων 2.509τ.μ.).

ARLA FOODS ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε.Ε.

- 5 Βιομηχανοστάσια - Αποθήκες (Μάτσα 18 Κηφισιά 1306τ.μ., 427τ.μ., 251 τ.μ., 514τ.μ. και ΒΙ.ΠΕ.Θ. Δήμος Νεοχωρούλας 600τ.μ.)
- 3 Γραφεία (ΒΙ.ΠΕ.Θ. Δήμος Νεοχωρούλας 300τ.μ., 100τ.μ. και Μάτσα 18 Κηφισιά 368τ.μ.).
- 3 Οικόπεδα (ΒΙ.ΠΕ.Θ. Δήμος Νεοχωρούλας 6862τ.μ. και Μάτσα 18 Κηφισιά 3245τ.μ. , 4515τ.μ.).

ΒΙΓΛΑ Α.Ε.Β.Ε.

Τα παρακάτω γήπεδα-κτίρια-εγκαταστάσεις βρίσκονται στο Δήμο Ελάσσονας 3^ο χλμ. Ελάσσονας- Δεσκάτης).

- 1 Γραφείο 275τ.μ.
- 4 Βιομηχανοστασια - Αποθήκες 3927τ.μ., 40τ.μ., 357τ.μ. και 245τ.μ.
- 1 Οικόπεδο 29.390τ.μ.

GOODY'S Α.Ε.

- 1 Ακίνητο (οικισμός Λήδα - Μαρία Θεσσαλονίκης 1.800τ.μ. όπου στεγάζονται οι διοικητικές υπηρεσίες).
- 1 Βιομηχανοστάσιο (ΒΙ.ΠΕ.Θ. Σίνδου με ιδιότητα κτίρια 13.401τ.μ. που εξυπηρετούν παραγωγικές διαδικασίες της HELLENIC CATERING Α.Ε.).
- 1 Μονάδα Αρτοποιίας (ΒΙ.ΠΕ.Θ. με ιδιότητα κτίρια 8.900τ.μ. που εξυπηρετούν παραγωγικές διαδικασίες της Σ. ΝΕΝΔΟΣ Α.Ε.).
- 1 Παραγωγικό συγκρότημα τυποποιημένων παγωτών και γλυκών (Παλλήνη Αττικής 4.910τ.μ. με ιδιότητα κτίρια που εξυπηρετούν παραγωγικές διαδικασίες της FLOCA Α.Ε.
- 1 Κέντρο Διανομής (Παλλήνη Αττικής 5.951τ.μ. με ιδιότητα κτίρια που εξυπηρετούν διαδικασίες διανομών της HELLENIC CATERING Α.Ε.). (11)

8.7. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Στα πλαίσια της στρατηγικής του Ομίλου ΔΕΛΤΑ για απόκτηση ηγετικής θέσης σε συγκεκριμένους τομείς στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων εντάσσεται και η συμμετοχή της κατά 13% στις διεθνείς δραστηριότητες τις CHIPITA INTERNATIONAL A.E. μέσω της DELTA FOOD HOLDINGS LTD. Αυτή η δραστηριότητα αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς ειδικότερα στην αγορά της Σερβίας, όπου γίνεται η διανομή και εμπορία κρουασάν μέσα από το υπάρχον δίκτυο διανομής της DELYUG S.A. θυγατρική της ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. Η DELYUG S.A. παράγει και διανέμει παγωτό στην Σερβία τα τελευταία τέσσερα χρόνια, ενώ η συνεργασία με την CHIPITA αναπτύσσεται με πολύ καλά αποτελέσματα και προβλέπεται να επεκταθεί ακόμα περισσότερο στο μέλλον.

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ Α.Β.Ε.Ε. με 25%. Η ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ Α.Β.Ε.Ε. δραστηριοποιείται στον κλάδο ανάπτυξης καταστημάτων πώλησης παγωτού-καφέ (Scoop shop ή / και Gelateria), όπου κατέχει ηγετική θέση. Στους στρατηγικούς στόχους της είναι η ευρύτερη γεωγραφική εξάπλωση του δικτύου καταστημάτων με την μέθοδο του franchise σε συνδυασμό με το άνοιγμα καταστημάτων, ώστε να ενισχύσει ακόμη περισσότερο την θέση της στον κλάδο.

Η ως άνω στρατηγική συμμετοχή της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. στην ΠΑΓΩΤΑ ΔΩΔΩΝΗ Α.Β.Ε.Ε. οφείλετε στο γεγονός ότι η εταιρία κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο της με την προοπτική ένταξης της αυτόνομα στο Χ.Α.Α.

Στα πλαίσια της γενικότερης επέκτασης του Ομίλου ΔΕΛΤΑ στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. απόκτησε τον έλεγχο της κυπριακής γαλακτοβιομηχανίας Charalambides Dairies LTD, με την εξαγορά του πλειοψηφικού πακέτου των μετοχών της. Η γαλακτοβιομηχανία Χαραλαμπίδη κατέχει μερίδιο αγοράς της τάξης του 55% στην αγορά του γάλακτος στην Κύπρο. Η επενδυτική αυτή κίνηση του Ομίλου ΔΕΛΤΑ αποτελεί έμπρακτη εκδήλωση της αισιοδοξίας της για τις προοπτικές της κυπριακής αγοράς, ενόψει και της αναμενόμενης ένταξης της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση και της επιθυμίας της να συμβάλει κι αυτή ενεργά στη δημιουργία ενός καλύτερου μέλλοντος για την Κύπρο μέσα από τους χώρους της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η ως άνω απόκτηση αποτελεί τη μεγαλύτερη επένδυση στον κλάδο των τροφίμων στην Κύπρο από χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αναφορικά με τη συμμετοχή της ΔΕΛΤΑ Πρότυπου Βιομηχανίας Γάλακτος Α.Ε. στη διαδικασία πώλησης πακέτου μετοχών της ΑΓΝΟ, η εταιρεία έκρινε ότι είναι σαφώς οικονομικά αποδοτικότερη η αυτοδύναμη ανάπτυξή της στη Β. Ελλάδα, τόσο από εμπορική όσο και από παραγωγική άποψη. Η εταιρεία έχει αποφασίσει να δημιουργήσει δική της βιομηχανική υποδομή (εργοστάσιο παστερίωσης και εμφιάλωσης γάλακτος) στη βιομηχανική περιοχή της Σίνδου, ολοκληρώνοντας με αυτό τον τρόπο το εκτεταμένο δίκτυο συλλογής γάλακτος, το οποίο διαθέτει στη Β. Ελλάδα και αναπτύσσοντας την παραγωγική της δυναμικότητα για την κάλυψη των αναγκών της. Με την επένδυση αυτή η ΔΕΛΤΑ Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε. θα έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετεί αποτελεσματικότερα τόσο τους πελάτες της όσο και τους καταναλωτές και τους προμηθευτές της στην περιοχή, συνεισφέροντας σημαντικά στην τοπική οικονομία μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και

των οικονομικών διασυνδέσεων που η λειτουργία της μονάδας θα δημιουργήσει στην περιοχή.

8.8. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ – ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ έχει δώσει ιδιαίτερη σημασία και έμφαση στην εφαρμογή κανόνων λειτουργίας και στη θέσπιση αρχών εταιρικής διακυβέρνησης στην εταιρία και σε όλες τις συνδεδεμένες επιχειρήσεις του Ομίλου στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Στόχος της εταιρίας είναι η δημιουργία ενός πλήρους και συγχρόνου μοντέλου διακυβέρνησης που να χαρακτηρίζεται από βασικές αρχές όπως:

1. Διαφάνεια στην Διοίκηση.
2. Ανεξαρτησία στους τρόπους άσκησης διοίκησης και ελέγχου.
3. Επίτευξη υψηλών αποτελεσμάτων στον Όμιλο και κατ' επέκταση στους μετόχους και στους εργαζομένους.

Στην βάση αυτή υιοθετήθηκε ένα δομημένο μοντέλο διοίκησης, που καλύπτει τις ανάγκες και τους στόχους του Ομίλου και είναι προσαρμοσμένο και στις ιδιαιτερότητες που υπάρχουν στις θυγατρικές εταιρίες του. Έτσι για το συμφέρον των μετόχων, η διοίκηση δείχνει την θέληση της και την πολιτική της να ελέγχετε για τις ηθικές, νομικές και επιχειρηματικές ευθύνες της στην μακροπρόθεσμη διακυβέρνηση του ομίλου. Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ είναι πρωτοπόρος στην Ελλάδα στην εφαρμογή των πλέον καινοτόμων αρχών εταιρικής διακυβέρνησης σε ολόκληρο τον Όμιλο που διαχειρίζεται. Βρίσκετε ήδη σε πλήρη εφαρμογή και ταύτιση με όλους τους κανόνες συμπεριφοράς των εισηγμένων εταιριών που θέσπισε η Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς με την από 5/204/14,11,2000, ΦΕΚ 1487 Β', 6/12/2000 απόφαση της. (11),(10)

ΤΜΗΜΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Από το 2000 η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. διαθέτει Τμήμα Εσωτερικού έλεγχου το οποίο έχει:

- Την ευθύνη της συνεχούς παρακολούθησης της λειτουργίας της εταιρίας και του Ομίλου,
- Την υποχρέωση να ενημερώνει εγγράφως σε τακτά χρονικά διαστήματα το Διοικητικό Συμβούλιο για την τήρηση των αρχών χρηστής διαχείρισης και την εφαρμογή του κανονισμού εσωτερικής λειτουργίας της εταιρίας και των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου.

Η διοίκηση της εταιρίας παρέχει στην διοίκηση και τα μέλη του Τμήματος Εσωτερικού Ελέγχου πλήρη ανεξαρτησία στην άσκηση των καθηκόντων τους, καθώς και όλα τα απαραίτητα μέσα που απαιτούνται και διευκολύνουν την άσκηση του σημαντικού ελεγκτικού και προληπτικού έργου τους.

Με αναφορά στην πλήρως δομημένη διοίκηση που εφαρμόζετε στον Όμιλο, η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ χρησιμοποιεί τον εσωτερικό έλεγχο ως βασικό εργαλείο στην εφαρμογή κανόνων διαχείρισης κινδύνου (Risk Management), το οποίο αποτελεί και το σημαντικότερο στόχο της στην εφαρμογή της αποτελεσματικότερης εταιρικής διακυβέρνησης στο σύνολο του Ομίλου.

Βασική προϋπόθεση της εφαρμογής των αρχών της εταιρικής διακυβέρνησης και του Εσωτερικού Ελέγχου είναι η κάλυψη του οργανισμού με πλήρες πλαίσιο διαδικασιών. Σε εφαρμογή αυτών των αρχών η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, κατά την χρήση του 2001, θέσπισε ένα πλήρες πλαίσιο διαδικασιών και ελέγχου για όλες τις εταιρείες του Ομίλου, το οποίο καλύπτει όλες τις λειτουργίες και τις διεταιρικές συναλλαγές.

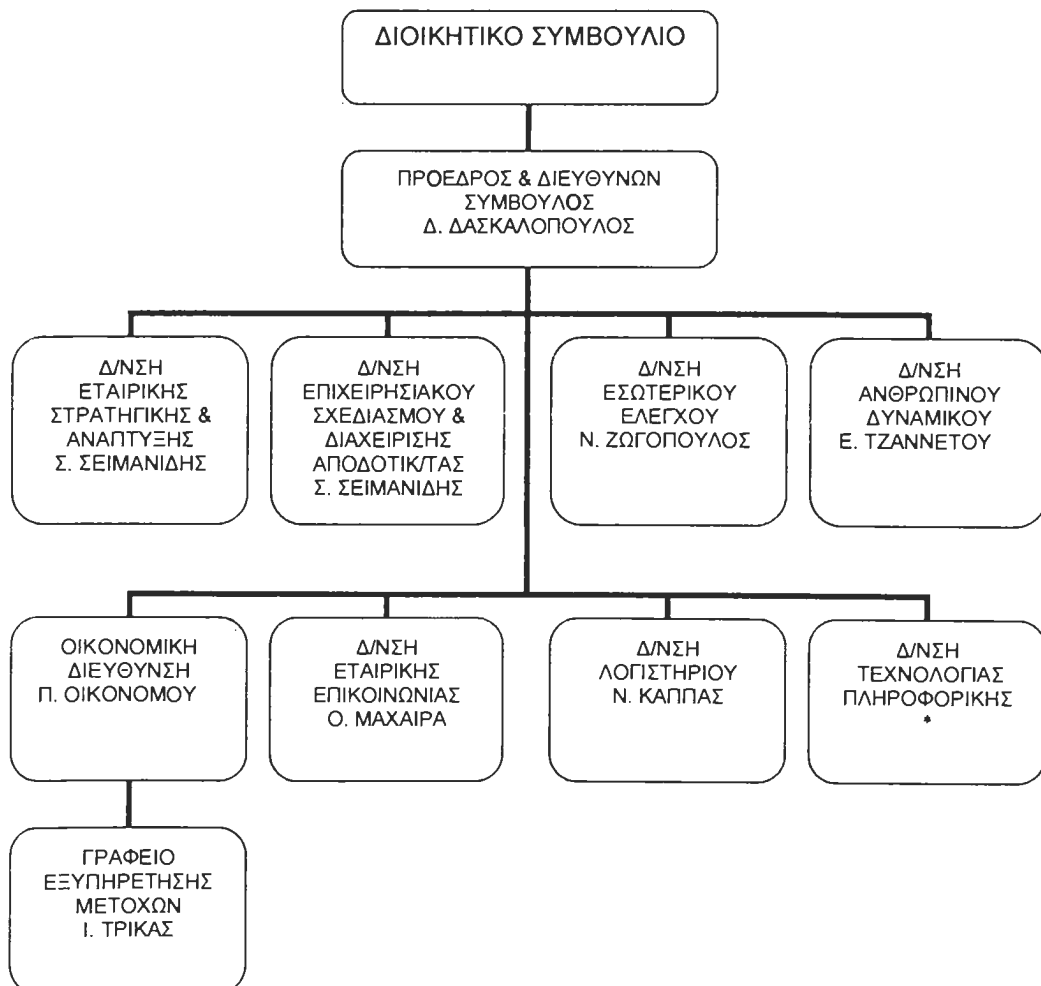
Οργανωτική Δομή

Στη σημερινή εποχή ο σχεδιασμός και εφαρμογή μιας οργανωτικής δομής που να αντικατοπτρίζει τις απαιτήσεις του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιβίωση και την ανάπτυξη μιας εταιρίας ή ενός Ομίλου εταιριών. Η σύγχρονη οργανωτική δομή θα πρέπει, να χαρακτηρίζεται από δυο βασικούς παράγοντες: ταχύτητα στην λήψη αποφάσεων και προσαρμοστικότητα στις συντελούμενες αλλαγές. Στην βάση αυτή και αναγνωρίζοντας τον ρόλο της ως καταλυτικού παράγοντα για την ανάπτυξη όλου του Ομίλου, η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. υιοθέτησε το ακόλουθο σχήμα με βάση οχτώ βασικών λειτουργικών διευθύνσεων :

1. Εταιρικής Στρατηγικής Επιχειρησιακής Ανάπτυξης με κύριες αρμοδιότητες:
 - Στρατηγικές κατευθύνσεις
 - Ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων
 - Εξαγορές και συγχωνεύσεις
 - Διαχείριση συμμετοχών μειοψηφίας
2. Επιχειρησιακού Σχεδιασμού και Διαχείρισης Αποδοτικότητας με κύριες αρμοδιότητες:
 - Στοχοθέτηση και επιχειρησιακός σχεδιασμός
 - Μέτρηση και Διαχείριση αποδοτικότητας επιχειρησιακών μονάδων
 - Αξιολόγηση στρατηγικών επενδύσεων
3. Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες:
 - Οικονομικός έλεγχος Ομίλου
 - Διαχείριση κεφαλαιακής διάρθρωσης
 - Διαχείριση κινδύνων
 - Οικονομική ανάλυση
 - Υπηρεσίες ενημέρωσης και σχέσεων με τους μετόχους και τις αρχές του Χ.Α.Α.
4. Λογιστικών υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες:
 - Γενικό Λογιστήριο
 - Ενοποιήσεις αποτελεσμάτων
 - Φορολογικά και νομικά θέματα
5. Υπηρεσιών Εσωτερικού Ελέγχου με κύριες αρμοδιότητες:
 - Γενικός και οικονομικός έλεγχος
 - Έλεγχος συστημάτων
 - Έλεγχος διαδικασιών
6. Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού με κύριες αρμοδιότητες:
 - Στρατηγική και πολιτικές ανθρώπινου δυναμικού

- Αξιολόγηση διοικητικής ομάδας
 - Σχεδιασμός και ανάπτυξη καριέρας στελεχών
 - Εκπαίδευση και Διαχείριση γνώσης
7. Εταιρικής Επικοινωνίας με κύριες αρμοδιότητες:
- Επικοινωνιακή στρατηγική
 - Δημόσιες σχέσεις
 - Διαχείριση εταιρικής ταυτότητας
8. Τεχνολογίας Πληροφορικής με κύριες αρμοδιότητες:
- Στρατηγική τεχνολογίας πληροφορικής
 - Θέσπιση προδιαγραφών και εκπαίδευση
 - Συμβουλευτικές υπηρεσίες
 - Διαχείριση κρίσεων

Οργανόγραμμα



* η λειτουργία καλύπτεται από αντίστοιχες υπηρεσίες της ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

* (11)

8.9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Η σύνθεση του Διοικητικού συμβουλίου της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. (11), που ελέγχθηκε με την Ε.Γ.Σ. των μετόχων της στις 29/11/1999 μετά την αντικατάσταση μέλους, η οποία επικυρώθηκε με την Γ.Σ. της 27/6/2000, είναι η ακόλουθη :

ΘΕΣΗ	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	ΚΑΤΟΙΚΟΣ
Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος	Δημήτρης Α. Δασκαλοπουλος	Επιχειρηματίας	Κηφισιάς
Αντιπρόεδρος	Παναγιώτης Β. Κανελλόπουλος	Δικηγόρος	Φιλοθέης
Μέλος	Σπυρίδων Ι. Θεοδωροπουλος	Επιχειρηματίας	Αθηνών
Μέλος	Αχιλλέας Σ. Φώλιας	Επιχειρηματίας	Θες/νίκης
Μέλος	Στυλιανός Α. Αργυρός	Μηχανολόγος	Αθηνών
Μέλος	Οδυσσέας Π. Κυριακόπουλος	Επιχειρηματίας	Αθηνών
Μέλος	Απόστολος Σ. Ταμβακάκης	Οικονομολόγος	Κηφισιάς

Πίνακας (2)

Σημειώνετε ότι κανένα μέλος του Δ.Σ. δεν έχει καταδικασθεί τελεσίδικα για ατιμωτικές πράξεις οικονομικά εγκλήματα ή είναι αναμειγμένο σε δικαστικές εκκρεμότητες που αφορούν σε πτώχευση, εγκληματική πράξη και απαγόρευση άσκησης :

- επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- χρηματιστηριακών συναλλαγών.
- επαγγέλματος ως σύμβουλος επενδύσεων, διευθυντικό στέλεχος τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών, ανάδοχος έκδοσης, στέλεχος χρηματιστηριακών εταιριών.

Νόμιμοι εκπρόσωποι της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. και, σύμφωνα με το άρθρο 20 του καταστατικού της εταιρίας, δικαίωμα υπογραφής κοντά στην εταιρική επωνυμία έχουν οι : α) Δημήτρης Α. Δασκαλοπουλος β) Νίκος Κάππας γ) Παντελής Οικονόμου δ) Σωτήρης Σειμανιδης

Εκτός από τα μέλη του Δ.Σ. άλλα βασικά διευθυντικά στελέχη της εταιρίας είναι :

- Παντελής Οικονόμου, Οικονομικός Διευθυντής. Εργάζεται στην εταιρία από το 1998.
- Νίκος Κάππας, Διευθυντής Λογιστηρίου. Εργάζεται στην εταιρία από το 1976.
- Σωτήρης Σειμανιδης, Διευθυντής Στρατηγικής, Ανάπτυξης κ Σχεδιασμού. Εργάζεται στην εταιρία από το 1989.
- Νίκος Ζωγόπουλος, Διευθυντής Εσωτερικού ελέγχου. Εργάζεται στην εταιρία από το 1993.
- Ειρήνη Τζαννέτου, Διευθύντρια Ανθρωπίνων Πόρων. Εργάζεται στην εταιρία από το 2000.
- Ουράνια Μαχαίρα, Διευθύντρια Εταιρικής Επικοινωνίας. Εργάζεται στην εταιρία από το 1993.
- Δημοσθένης Ραμαντάνης, Διευθυντής Επιχειρησιακής Ανάπτυξης. Εργάζεται στην εταιρία από το 1990.

Μεταξύ των μελών του Δ.Σ. και των διευθυντικών στελεχών της εταιρίας δεν υφίσταται συγγενική σχέση.

8.10. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ - ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Μια σημαντική περίοδος εφαρμογής του συγκεκριμένου οργανωτικού και λειτουργικού εταιρικού σχήματος που υιοθέτησε ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ εξελίσσεται σε σχέση με τις θυγατρικές του έτσι ώστε μέσα από τη βέλτιστη μορφή επικοινωνίας και συνεργασίας να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τις εταιρίες και το ανθρώπινο δυναμικό.

Οι προσπάθειες είναι επικεντρωμένες στην διαμόρφωση υποδομών μορφής και έκτασης που να διασφαλίζουν την υλοποίηση του οράματος του Ομίλου ΔΕΛΤΑ όσον αφορά στο ανθρώπινο δυναμικό. Δηλαδή τη διατήρηση και ενίσχυση της εικόνας του Ομίλου ως εργοδότη προτίμησης ,ως μια από της επιχειρήσεις που η κοινωνία θαυμάζει.

Σε αυτά τα πλαίσια οι κύριες πρωτοβουλίες που αναπτύχθηκαν και είχαν ορατά αποτελέσματα, περιλαμβάνουν τους εξής τομείς:

1. Εργασιακοί Ρόλοι
2. Συστήματα Διαχείρισης Απόδοσης
3. Συστήματα Αμοιβών και Αποδοχών
4. Επαγγελματικές ιδιότητες και
5. Κοινωνικό Προφίλ.

Στον τομέα των **Εργασιακών Ρόλων** αναπτύχθηκε ένα σύστημα περιγραφής και αξιολόγησης των ρόλων εργασίας των στελεχών των εταιριών του Ομίλου, σύμφωνα με διαστάσεις που αξιολογήθηκαν ότι αποτελούν αποφασιστικούς παράγοντες στην επίτευξη των επιχειρηματικών σχεδίων και με βάση τις προοπτικές του Ομίλου. Στόχος είναι οι παράγοντες περιγραφής και αξιολόγησης των εργασιακών ρόλων να αποτελούν την βάση αξιολόγησης και ατόμων που πρόκειται να προσληφθούν, καθώς και την βάση αξιολόγησης των αναγκών ανάπτυξης και της ετοιμότητας προαγωγής των υφιστάμενων στελεχών. Επίσης αυτό το ενιαίο σύστημα το οποίο όμως είναι και αρκετά ευρύ για να καλύπτει τις ιδιαιτερότητες των εργασιακών ρόλων των θυγατρικών εταιριών, θα εξασφαλίσει και τη εικόνα της ισότητας και αντιστοιχίας ανάμεσα στους εργασιακούς ρόλους.

Όσον αφορά στον τομέα **Διαχείρισης Απόδοσης** του Ανθρώπινου Δυναμικού, αναπτύχθηκε το σύστημα «ΑΞΙΑ» που καλύπτει τον σχεδιασμό και την αξιολόγηση της απόδοσης ενός στελέχους με βάση συγκεκριμένους στόχους. Παράλληλα εξετάζονται τα περιθώρια και οι ανάγκες βελτίωσης της απόδοσης των στελεχών και σχεδιάζεται η περαιτέρω ανάπτυξη και μάθηση, καθώς επίσης και η εξέλιξη της καριέρας. Το σύστημα αυτό βασίστηκε στην μεθοδολογία του Balanced Business Scorecard και οι παράγοντες (δείκτες) που περιλαμβάνονται είναι η οικονομική αποτελεσματικότητα, η λειτουργική αποδοτικότητα, οι πελάτες και οι πελατειακές σχέσεις, οι ανθρώπινοι πόροι, η γνώση και ειδικά έργα.

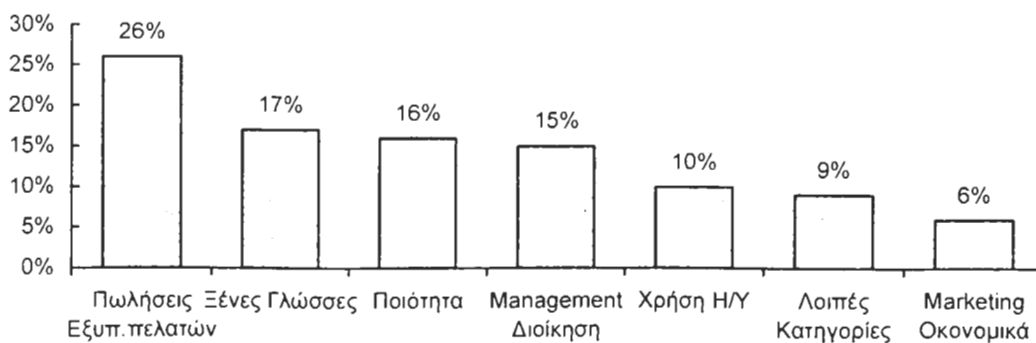
Επίσης για κάθε τομέα αναπτύχθηκαν μετρήσιμοι στόχοι - οι δείκτες Management for Value Indicators (MFVIs) - οι οποίοι καλύπτουν στρατηγικές περιοχές, επιδέχονται αξιολόγηση και δημιουργούν άριστα στάνταρτ (benchmarks) για κάθε λειτουργία. Παράλληλα αναπτύχθηκε στην πλήρη μορφή του το σύστημα επιβράβευσης με μεταβλητές αποδοχές για στελέχη -MFV Bonus Scheme-, με βάση το οποίο όλα τα στελέχη των εταιριών επιβραβεύονται σε διαφορετικούς βαθμούς με

την επίτευξη εταιρικών, λειτουργικών και ατομικών στόχων. Το σύστημα αυτό συνδέει τα στελέχη με τα επίπεδα στοχοθέτησης ανάλογα με τον βαθμό επιρροής τους στο τελικό αποτέλεσμα. Σε κάθε όμως περίπτωση όλα τα στελέχη συνδέονται με τον τελικό δείκτη της επιχειρηματικής αποτελεσματικότητας της εταιρίας, δηλαδή το EVA (Economic Value Added).

Όσο αναφορά τα **Επίπεδα Αποδοχών** όχι μόνο των στελεχών, αλλά και των εργατοϋπαλλήλων των εταιριών του Ομίλου ΔΕΛΤΑ το 2001 ήταν χρονιά λεπτομερούς διερεύνησης. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής τοποθετούν τις αμοιβές των στελεχών των εταιριών σε ικανοποιητικό βαθμό σε σχέση με την ευρύτερη αγορά εργασίας, αλλά αποδεικνύουν την αναγκαιότητα ενίσχυσης των αποδοχών των λοιπών εργαζομένων. Η πολιτική σταθερών και μεταβλητών επιπέδων αποδοχών τέθηκε σε εφαρμογή το 2002, με έμφαση στις χαμηλότερες εισοδηματικές ομάδες.

Μέσα από διαδικασίες ανοικτής επικοινωνίας και αξιολόγησης προτεραιοτήτων και υπό το φως των στρατηγικών σχεδίων του οργανισμού, αναπτύχθηκε το σύνολο των βασικών **Επαγγελματικών Ιδιοτήτων** για τα στελέχη του Ομίλου. Οι επαγγελματικές ιδιότητες είναι απαιτούμενες ως εκδήλωση συμπεριφοράς προκειμένου τα στελέχη άρα και ο Όμιλος, να πετύχουν τους στόχους τους. Οι ιδιότητες αυτές περιλαμβάνουν την προσήλωση στον ανθρώπινο παράγοντα και το ενδιαφέρον για την εξέλιξη των εργαζομένων, τον προσανατολισμό στο αποτέλεσμα και στον πελάτη, τη διορατικότητα και την ανάληψη ρίσκου, την ηγεσία, την δημιουργικότητα, την εκμετάλλευση συνεργειών, την ανάπτυξη και την καινοτομία, την βελτιστοποίηση διαδικασιών, την ευελιξία, την προσαρμοστικότητα, ιδιότητες που αντικατοπτρίζουν τον τρόπο με τον οποίο ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ επιτελεί το επιχειρηματικό γίγνεσθαι προσηλωμένος στον ανθρώπινο παράγοντα.

Ο στόχος όσον αφορά στις επαγγελματικές ιδιότητες είναι η δημιουργία εργαλείων αντικειμενικής αξιολόγησης με στόχο την ανάπτυξη των δεξιοτήτων αυτών από την μια μεριά των στελεχών με συστηματικό τρόπο. Παράλληλα συνεχίζονται οι προσπάθειες βελτιστοποίησης των γνώσεων και ικανοτήτων των στελεχών μέσα από διαδικασίες εκπαίδευσης και ανάπτυξης. Το είδος των προγραμμάτων και οι ώρες εκπαίδευσης και ανάπτυξης που προσφέρονται στο προσωπικό του Ομίλου ΔΕΛΤΑ αναλύονται στον παρακάτω διάγραμμα :



διάγραμμα (3)

*πηγή(11)

Η ενίσχυση του **κοινωνικού προφίλ** του Ομίλου ΔΕΛΤΑ αποτελεί, επίσης, μια από τις προτεραιότητες και η δραστηριότητα σε αυτό τον τομέα περιλαμβάνει την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της εταιρικής επικοινωνίας προς τα μέσα και προς τα έξω και την ενεργό συμμετοχή της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού, αφενός μεν σε δραστηριότητες φορέων με στόχο την ανάδειξη και ενδυνάμωση του κοινωνικού προφίλ των εταιριών - για παράδειγμα, στο δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη - αφετέρου δε σε συνέδρια και εκδηλώσεις όπου δίδεται η ευκαιρία, πρώτον, έκθεσης των στελεχών σε διαφορετικά ερεθίσματα και εξελίξεις και δεύτερον, επικοινωνίας των πρακτικών που ακολουθεί ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ, όσον αφορά στη σύνδεση της επιχειρηματικής δραστηριότητας με τον ανθρώπινο παράγοντα.

Η εξέλιξη του προσωπικού του Ομίλου ΔΕΛΤΑ κατά μέσο όρο στην περίοδο 1998 - 2001 παρουσιάζεται στον πίνακα (3) :

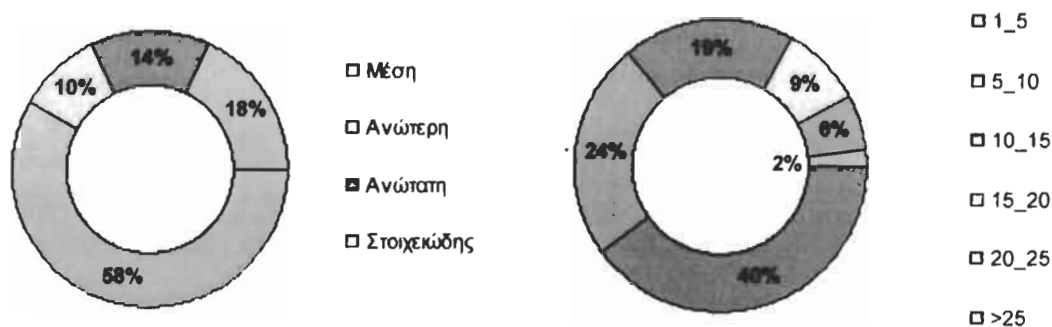
Ειδικότητα Προσωπικού	1998	1999	2000	2001
Διοικητικό	2.043	2.131	2.449	3.835
Εργατικό-Τεχνικό	854	905	1.535	1.960
Σύνολο	2.897	3.036	3.984	5.795

πίνακας (3)

*πηγή(11)

Από τους 5.795 εργαζόμενους του Ομίλου σε σύνολο, οι 250 είναι το προσωπικό της ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. Συνολικά 4.047 εργαζόμενοι αποτελούν το μόνιμο προσωπικό, 310 το εποχιακό και 1.438 το επιτόπιο προσωπικό των μονάδων στο εξωτερικό.

Η κατανομή επίσης του προσωπικού σύμφωνα με το μορφωτικό επίπεδο και με τα έτη προϋπηρεσίας για τον Όμιλο φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα :



διάγραμμα (4)

*πηγή(11)

Σημαντική είναι η κατανομή του κοινωνικού προϊόντος του Ομίλου η οποία αφορά το κόστος μισθοδοσίας και τις εισφορές στους φορείς κοινωνικής ασφάλισης. Αναγνωρίζοντας την συμβολή των εργαζομένων στην δημιουργία των εταιρικών αποτελεσμάτων η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. συνέχισε την πολιτική της έκτακτης εφάπαξ οικονομικής ενίσχυσης (μεταβλητές αποδοχές- bonus) στο προσωπικό, ανάλογα με τον ρόλο ευθύνης κάθε εργαζομένου.

Κοινωνική πολιτική προς τους εργαζομένους

Ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ προσφέρει πλήθος πρόσθετων παροχών κοινωνικής φύσης προς στους εργαζομένους. Συγκεκριμένα :

- παιδικές κατασκηνώσεις.
- συνεισφορές σε σχολικά είδη.
- πρόσθετη ιατρική και φαρμακευτική περίθαλψη.
- οικονομικές ενισχύσεις για κάλυψη έκτακτων οικογενειακών αναγκών.
- βραβεύσεις αριστευσάντων μαθητών εργαζομένων της εταιρίας.
- τράπεζα αίματος για την κάλυψη αναγκών του προσωπικού και των συγγενών τους.
- ομαδικές εορταστικές εκδηλώσεις για τα παιδιά των εργαζομένων.
- επιπρόσθετες παροχές σε συνταξιοδοτούμενους εργαζόμενους.
- εκδρομές για τους εργαζόμενους.
- δώρα γάμου.
- μηνιαίες επιδοτήσεις για κάθε νέο τέκνο.
- Επιπρόσθετο επίδομα τοκετού για τις εργαζόμενες.
- βραβεύσεις πολυετούς υπηρεσίας
- πρόγραμμα χορηγιών που αφορά σε εκπαιδευτικές, επιστημονικές, πολιτισμικές και φιλανθρωπικές δραστηριότητες
- ποικίλες εκδηλώσεις κοινωνικής μορφής.

8.11. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Κατά το 2001 ολοκληρώθηκε και το τελευταίο έργο που υποστηρίχθηκε με χρηματοδοτήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης (11), στα πλαίσια του Πακέτου DELORS II. Ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ εντάχθηκε σε σχετικά προγράμματα και ολοκλήρωσε και το τελευταίο έργο στο οποίο συμμετείχε, συνεργαζόμενος εποικοδομητικά με όλους τους φορείς που συνέβαλαν σε αυτήν τη διαδικασία.

Συγκεκριμένα ο Όμιλος υλοποίησε πλήρως 15 προγράμματα και προώθησε, στα πλαίσια του III Πακέτου SANTER, 12 νέα προγράμματα, διαφόρων αντικειμένων.

Με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του προώθησε το 2001 και προωθεί το 2002, στα πλαίσια της 3^{ης} προγραμματικής περιόδου 2000-2006 (Πακέτο SANTER), τα ακόλουθα προγράμματα :

- Τον συνεχή εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων όλων των παραγωγικών μονάδων (Πρόγραμμα Ειδικών Επενδύσεων Ν.2601/98, Καν. 1257/99).
- Τη σύνδεση της έρευνας με την παραγωγή, μέσω της αξιοποίησης της συνεργασίας του με Ελληνικά και Ευρωπαϊκά πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα Προγράμματα ΠΑΒΕΤ, GROWTH, QUALITY OF LIFE κ.α.).
- Τη βελτιστοποίηση των διαδικασιών για την εφαρμογή των συστημάτων ποιότητας (Πρόγραμμα QUALITY OF LIFE).

- Την υποστήριξη της προσαρμογής των εργαζομένων και των επιχειρήσεων του Ομίλου ΔΕΛΤΑ στις διαρθρωτικές αλλαγές που επιβάλλονται από τις νέες τεχνολογίες και την καινοτομία, μέσω καινοτόμων υποστηρικτικών μηχανισμών, προάγοντας τη δια βίου μάθηση και προωθώντας νέες μορφές εργασιακών σχέσεων (Προγράμματα ADAPT, EQUAL).
- Την εισαγωγή πιλοτικών έργων ηλεκτρονικού εμπορίου, με στόχο τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προηγμένου δικτύου τηλεματικής προσανατολισμένου στις ανάγκες του Κλάδου των Γαλακτοκομικών Προϊόντων, από τον αγρότη- παραγωγό γάλακτος μέχρι το τελευταίο σημείο πώλησης και την βελτιστοποίηση του κόστους της αλυσίδας εφοδιασμού, από την γραμμή παράγωγης μέχρι και τον τελικό καταναλωτή (Προγράμματα Κλαδικά Έργα EDI, Πρότυπα Έργα Ηλεκτρονικού Εμπορίου).
- Τη συμβολή στην βελτίωση των περιβαλλοντικών συνθηκών με έργα εξοικονόμησης ενέργειας, αντικατάστασης μαζούτ με φυσικό αέριο, κ.α. σε όλες τις παραγωγικές μονάδες του Ομίλου ΔΕΛΤΑ (Προγράμματα ΕΠΕ, ΕΠΑΝ).

8.12. ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Οι περιοχές στις οποίες στοχεύει η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. είναι αυτές της Ανατολικής αλλά και Δυτικής Ευρώπης καθώς και των Βαλκανίων στα οποία και γνώρισε ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια.

Στη Δυτική Ευρώπη η εταιρία βασίζεται στην συνεργασία της με την Danone. Τα γιαούρτια της ΔΕΛΤΑ που παράγονται στην Ελλάδα από την ίδια, εξάγονται στην Γαλλία και διατίθενται στην αγορά μέσω της Danone. Η συνεργασία του Ομίλου με την Danone, έχει σαν αποτέλεσμα την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, τεχνογνωσίας και προϊόντων. Η διεύρυνση του πεδίου δράσης και η εντατικοποίηση των εξαγωγών (στα τυροκομικά και το βούτυρο) σχεδιάζετε από την διοίκηση των Δανών στρατηγικών συνεργατών της ΔΕΛΤΑ για την ARLA FOODS HELLAS AEBEE.

Η ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. ενσωματώνει την ΔΕΛΤΑ INTERNATIONAL HOLDINGS S.A. και όλες τις θυγατρικές του εξωτερικού με αντικείμενο την παραγωγή και διάθεση παγωτών. Η αγορά παγωτού των Βαλκανίων θεωρείται από τη ΔΕΛΤΑ στρατηγικής σημασίας για την επέκτασή της εκτός των συνόρων της Ελλάδος. Η αγορά αυτή, εκτός από την Ελλάδα, περιλαμβάνει τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία, τη Σερβία, την Π.Γ.Δ.Μ., την Αλβανία και τη Βοσνία. Με μερίδιο πωλήσεων άνω του 50%, οι καταναλωτές μιας αγοράς 50 εκατομμυρίων απολαμβάνουν τα παγωτά ΔΕΛΤΑ, ως αποτέλεσμα μιας επενδυτικής πολιτικής συνολικού ύψους 70 εκατομμυρίων δολαρίων, της δημιουργίας 3 εργοστασίων παγωτού (DELTA BULGARIA S.A., DELYUG S.A., DELTA ROMANIA S.A.) και του μεγαλύτερου δικτύου διανομής με 45.000 σημεία πώλησης. Το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται στις διεθνείς επιχειρήσεις της ΔΕΛΤΑ στις Βαλκανικές χώρες ξεπερνά πλέον τους 1.400 εργαζόμενους.

Η DELYUG S.A. μέσω του εκτεταμένου δικτύου της (με 13.000 σημεία πώλησης) έχει αναλάβει τη διανομή των προϊόντων της CHIPITA και εκτός από την

τοπική αγορά, εφοδιάζει με παγωτό την Π.Γ.Δ.Μ. (J.S.C. DELTA SIX S.A.) και τη Βοσνία. Η ΔΕΛΤΑ εξάγει παγωτό στην Αλβανία από το 1994 μέσω αποκλειστικού αντιπροσώπου και διαθέτει ήδη ένα δίκτυο 500 σημείων πώλησης με προμηθευτή της το εργοστάσιο της Βουλγαρίας (DELTA BULGARIA S.A).

Στο σχέδιο επέκτασής της σε άλλες αγορές χωρών της Ανατολικής Ευρώπης, οι βιομηχανίες παγωτού που είναι εγκατεστημένες σε Γιουγκοσλαβία, Ρουμανία και Βουλγαρία θα αποτελέσουν τους κύριους άξονες για εξαγωγική δράση, με προτεραιότητα την Ουκρανία και τη Γεωργία.

Η εταιρία ακόμη δραστηριοποιείται στην Κύπρο μέσω του αποκλειστικού αντιπροσώπου Α.& Σ. ΣΤΕΦΑΝΙΔΗ ΛΙΜΙΤΕΔ από το 1996 με δίκτυο 1.400 σημείων πώλησης, ενώ πρόσφατα η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε. απέκτησε τον έλεγχο της κυπριακής γαλακτοβιομηχανίας Charalambides Dairies LTD. Σημαντική είναι τέλος η παρουσία του Ομίλου ΔΕΛΤΑ στην Ιταλία και το Λίβανο.

Όσο αναφορά τις πωλήσεις, η εταιρία ακολουθεί ικανοποιητική πορεία στο εξωτερικό, παρά τις μεγάλες ανατιμήσεις που πραγματοποιήθηκαν εξαιτίας των επιπτώσεων της αναπροσαρμογής της ισοτιμίας του ευρώ έναντι του δολαρίου.

8.13. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Ο Όμιλος μέσω των θυγατρικών εταιριών του, αλλά και μέσω των ενεργειών της κεντρικής διοίκησης, όπως αυτή εκφράζεται από τη ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε., επικεντρώνεται σε πολιτικές, επιστημονικές και φιλανθρωπικές δραστηριότητες, οι οποίες επιδεικνύουν ευαισθησία προς τις ανάγκες του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, ενισχύουν την ηγετική εικόνα του και τον καταξιώνουν στη συνείδηση των καταναλωτών ως μια σύγχρονη ελληνική εταιρία, η οποία διαθέτει ανθρώπινο προσωπικό και συμβάλει ενεργά στη διατήρηση και αναβάθμιση της κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής του τόπου.

Στα πλαίσια αυτά η κάθε θυγατρική εταιρία εφαρμόζει ένα εξειδικευμένο πρόγραμμα χορηγιών και άλλων συναφών ενεργειών, ακολουθώντας πάντα τους ανωτέρω βασικούς προσδιοριστικούς άξονες και επιδιώκοντας να δημιουργούνται εξωτερικές συνέργειες.

Ένα μεγάλο μέρος των χορηγιών δόθηκε για τις παρακάτω ενέργειες:

- Την δημιουργία επώνυμης έδρας διοικήσεως Πληροφοριακής τεχνολογίας «ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ» σε μνήμη του ιδρυτή του Ομίλου.
- Την ανάδειξη του Ομίλου ως ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 στο λευκό γάλα και τα παγωτά.
- Μαζί με άλλες 12 μεγάλες Ελληνικές επιχειρήσεις την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.
- Την συμμετοχή για την δημιουργία της εταιρίας ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΥΛΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ (Α.Υ.Σ.) Α.Ε. η οποία ίδρυσε τον φορέα της συλλογικής διαχείρισης και ανακύκλωσης συσκευασιών με την επωνυμία ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ (Ε.Ε.Α.Α) Α.Ε.

Επιπρόσθετα η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. υποστήριξε και ενίσχυσε μεταξύ πληθώρας άλλων τις δραστηριότητες των εξής φορέων :

- Την έκθεση της Εθνικής Πινακοθήκης για την πρώτη παγκόσμια αναδρομική έκθεση έργων του Νικολάου Γύζη η οποία ενίσχυσε τον θεσμό της πολιτιστικής χορηγίας.
- Τον διαγωνισμό Επιχειρηματικότητας (επιχειρηματικής ιδέας και σχεδιασμού) VENTURE 2002 για τους νέους των Α.Ε.Ι. της χώρας.
- Το έργο του Οργανισμού Υποτροφιών Ελλάδος.
- Την ετήσια έκδοση «Η Ελληνική Βιομηχανία τον 21^ο αιώνα».
- Την ημερίδα του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχάνων με θέμα «Η Πρόκληση της Απασχόλησης».
- Την ΚΙΝΗΣΗ ΠΟΛΙΤΩΝ για την σημαντική πρωτοβουλία της να επιβραβεύσει την συλλογική δράση φορέων για την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής.
- Την εκδήλωση ACTION AID ΕΛΛΑΣ για την ανοικοδόμηση των σχολείων που καταστράφηκαν στον εμφύλιο πόλεμο στη Ρουάντα.
- Το κοινωνικό έργο του Ελληνικού Συμβουλίου για τους Πρόσφυγες.
- Το έργο του Ελληνικού συνδέσμου «SUSAN KOMEN» για την καταπολέμηση του καρκίνου του μαστού.
- Το έργο του Ομίλου Φίλων Ελληνικού Ινστιτούτου PASTEUR.
- Την Διεθνή συνάντηση στίβου «ΤΣΙΚΛΗΤΗΡΙΑ ΔΕΛΤΑ 2001 ».
- Το κοινωνικό έργο του Συλλόγου «ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ».
- Το κοινωνικό έργο της εταιρίας Ψυχοκοινωνικής Υγείας του Παιδιού και του Εφήβου.
- Το κοινωνικό έργο της Πανελλαδικής ένωσης Προλήψεως του Εγκλήματος
- Τους 28^{ους} Πανελλήνιους Αγώνες Μπάσκετ Παίδων που διεξήχθησαν στο Κλειστό Γυμναστήριο Σπάρτης.
- Δώρισε φωτοτυπικά μηχανήματα και ηλεκτρονικούς υπολογιστές σε ακριτικά σχολεία της χώρας
- Διέθεσε προϊόντα σε καλοκαιρινές κατασκηνώσεις που φιλοξενούν παιδιά, άπορους και πρόσφυγες.

Πέραν όλων αυτών των δραστηριοτήτων, ο Όμιλος διαθέτει όλη την γκάμα των προϊόντων των θυγατρικών εταιριών του προκειμένου να ενισχύσει, σε είδος, το έργο φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, νοσοκομείων, ορφανοτροφείων, γηροκομείων, ασύλων καθώς επίσης και το έργο της Τράπεζας Τροφίμων για την Καταπολέμηση της Πείνας (11).

9. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

9.1. Γενικά πληροφοριακά στοιχεία

Η ένταξη της χώρας μας στην ONE εξασφαλίζει την πολιτική και μακροοικονομική ευστάθεια για την αύξηση των επενδύσεων και την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Κάθε οικονομική δραστηριότητα δεν οριοθετείται πλέον από τα εθνικά σύνορα, αλλά τουλάχιστον από το χώρο που συγκροτούν οι χώρες της ONE. Βασικοί παράγοντες του οικονομικού ανταγωνισμού είναι πλέον η γνώση και η τεχνολογία, η αξιοποίηση των οποίων απαιτεί και προϋποθέτει μια δικτυωμένη επιχείρηση με νέα οργάνωση και νέες επιχειρηματικές πρακτικές που βασίζονται με τη σειρά τους στις τηλεπικοινωνίες και την Πληροφορική. Η νέα οικονομία είναι ψηφιακή και αυτό καθιστά τις τηλεπικοινωνίες θεμέλιο παράγοντα της νέας οικονομίας. Στη νέα αυτή οικονομία τα περιουσιακά στοιχεία μπορεί να είναι και άυλα, δεν υπάρχουν οικονομικά σύνορα, αλλάζει ο ρόλος και οι δυνατότητες των χωρών της περιφέρειας και δημιουργούνται νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Η απελευθέρωση της τηλεπικοινωνιακής αγοράς στη χώρα μας και η ραγδαία διάδοση των νέων τεχνολογιών δημιουργούν κοσμογονία εξελίξεων στο νευραλγικό τομέα των τηλεπικοινωνιών. Στις υφιστάμενες υπηρεσίες περιλαμβάνονται η σταθερή τηλεφωνία, η κινητή τηλεφωνία, η μετάδοση δεδομένων, η χρήση του internet, το δίκτυο ISDN, η τηλεϊδιοποίηση και τα ιδιωτικά συστήματα κινητών επικοινωνιών. Τα ασύρματα δίκτυα (LMDS) θεωρούνται η μελλοντική εξέλιξη στη λεγόμενη σταθερή τηλεφωνία. Η κινητή τηλεφωνία σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της Πληροφορικής μέσω της χρήσης του διαδικτύου (Internet) αναδεικνύεται σε τομέα αιχμής. Οι υπηρεσίες μετάδοσης δεδομένων και ISDN έχουν σχετικά μικρή απήχηση αλλά στα επόμενα χρόνια οι ρυθμοί ανάπτυξης αναμένεται να βελτιωθούν καθώς οι ανάγκες για μετάδοση δεδομένων συνεχώς αυξάνονται. Η τηλεϊδιοποίηση και τα ιδιωτικά συστήματα κινητών επικοινωνιών έχουν πολύ μικρή απήχηση προς το παρόν και μόνο η συστηματική προώθηση νέων τεχνολογιών είναι ικανή να δώσει νέα ώθηση. Οι αυξημένες ανάγκες για μετάδοση δεδομένων με υψηλές ταχύτητες, αυξημένη ποιότητα και αξιοπιστία, αλλά και η εξάπλωση του internet αναμένεται να δώσουν σημαντική ώθηση στις υπηρεσίες συστημάτων κινητών επικοινωνιών τρίτης γενιάς UMTS, x-DSL και ATM, οι οποίες προβλέπεται να προσεγγίσουν τα ποσοστά διείσδυσης των Ευρωπαϊκών χωρών μέχρι το 2005. Οι δυρυφορικές επικοινωνίες παρέχονται ήδη στην Ελλάδα, αλλά η χρήση τους είναι ακόμη περιορισμένη (13).

Στο μέλλον οι υπηρεσίες αναμένεται να ακολουθήσουν τηρούμενων των αναλογιών, την εξέλιξη της παγκόσμιας αγοράς. Ο τομέας των τηλεπικοινωνιών αναπτύσσεται παγκοσμίως με ρυθμούς υψηλότερους άλλων οικονομικών κλάδων. Ο Κλάδος των Τηλεπικοινωνιών στην Ν.Α. Ευρώπη και στην Ελλάδα εξακολουθεί να παρουσιάζει υψηλούς, ρυθμούς ανάπτυξης σε μια προσπάθεια τεχνολογικής σύγκλισης με τον ανεπτυγμένο Βορρά. Η απελευθέρωση της αγοράς με την θεσμοθέτηση του κανονιστικού πλαισίου (Ν.2867/2000) και ο σταδιακός εκσυγχρονισμός των επιχειρήσεων δίνουν την ευκαιρία να επιτευχθούν ρυθμοί ανάπτυξης παρόμοιοι με τους μέσους ρυθμούς των Ευρωπαϊκών χωρών. (15) Έχουν ήδη χορηγηθεί από την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (Ε.Ε.Τ.Τ.): τρεις άδειες κινητής τηλεφωνίας τρίτης γενιάς, μία επιπλέον άδεια κινητής

τηλεφωνίας δεύτερης γενιάς, έξι άδειες σταθερής ασύρματης πρόσβασης, μία άδεια για το δορυφόρο Hellas Sat, 250 περίπου Γενικές Άδειες παροχής υπηρεσιών και 40 περίπου Ειδικές Άδειες εκμετάλλευσης δικτύων και παροχής φωνητικής τηλεφωνίας.

Με τις αναταράξεις στο χώρο της Τεχνολογίας και το ασταθές οικονομικό κλίμα, οι Τηλεπικοινωνίες αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις. Το νέο οικονομικό περιβάλλον, οι νέες τεχνολογίες και οι αυξανόμενες απαιτήσεις των χρηστών απαιτούν απ' όλους τους εμπλεκόμενους νέες προσεγγίσεις και νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Το σχήμα που ακολουθεί (14) απεικονίζει τα επίπεδα ενός συγχρόνου τηλεπικοινωνιακού οργανισμού στο νέο περιβάλλον της σύγκλισης των τεχνολογιών:

L5: Κανάλι Διάθεσης Υπηρεσιών.

L4: Συνδυασμός Υπηρεσιών και Εφαρμογών.

L3: Υλοποίηση Υπηρεσιών (επίπεδο ανάπτυξης και marketing υπηρεσιών).

L2: Δίκτυο μεταγωγής.

L1: Δίκτυο τηλεπικοινωνιακής υποδομής (ζεύξης και μετάδοσης).

L0: Δικαιώματα Διέλευσης.

Οι παραπάνω περιοχές δραστηριοποίησης, μαζί με τη Στρατηγική και το Σχεδιασμό, τόσο στα επίπεδα υποδομής L1 & L2, όσο και στα επιχειρηματικά και Marketing επίπεδα L3, L4 & L5, συνθέτουν ένα σύνολο από διαφορετικές προσεγγίσεις στη Βιομηχανία Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών. Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζει το επίπεδο L4, στο οποίο περιλαμβάνεται ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη και η προσφορά υπηρεσιών και εφαρμογών που αφορούν την υγεία, τη διασκέδαση, την εκπαίδευση, την εργασία στο σπίτι, την ενημέρωση - πληροφόρηση, τη δημόσια διοίκηση, την επικοινωνία κλειστών ομάδων.

Οι νέες αυτές δομές για να λειτουργήσουν απαιτούν τη στελέχωσή τους με σημαντικό αριθμό εξειδικευμένων στελεχών. Ειδικότερα, απαιτεί μεγάλο αριθμό εξειδικευμένων μηχανικών. Ο ρόλος αυτών των μηχανικών αφορά:

- Σχεδίαση ενσύρματων δικτύων
- Σχεδίαση Ασύρματων δικτύων
- Εγκατάσταση ενσύρματων ή ασύρματων δικτύων
- Σχεδίαση, εγκατάσταση και διαχείριση δικτύων μεταγωγής
- Σχεδίαση, υλοποίηση, διαχείριση, εκμετάλλευση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών
- Σχεδίαση και ανάπτυξη Τήλε-υπηρεσιών και Τήλε-εφαρμογών σε όλους τους τομείς ενδιαφέροντος του ανθρώπου
- Ανάπτυξη δικτύων διάθεσης όλων των παραπάνω.

Για τις εργασίες αυτές θα δοθούν ευκαιρίες απασχόλησης σε ηλεκτρολόγους μηχανικούς, σε ηλεκτρονικούς μηχανικούς, σε τηλεπικοινωνιακούς μηχανικούς, σε μηχανικούς λογισμικού, σε μηχανικούς δικτύων, σε πολιτικούς μηχανικούς, σε μηχανικούς οργάνωσης και παραγωγής.

Στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται οι θετικές προσδοκίες είναι πολλές. Όμως σε κάθε μεγάλη αλλαγή ελλοχεύουν και οι παρενέργειες. Ακριβώς για να εγγραφεί η πολιτεία την άμβλυση των αρνητικών συνεπειών και τη μεγιστοποίηση των θετικών θεσμοθέτησε την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ). Η ΕΕΤΤ είναι ανεξάρτητη διοικητική αρχή με ρόλο τη ρύθμιση της τηλεπικοινωνιακής

και ταχυδρομικής αγοράς. Η ρύθμιση αυτή αφορά το ρόλο και τις σχέσεις μεταξύ των τηλεπικοινωνιακών επιχειρήσεων, τη σχέση των επιχειρήσεων με την πολιτεία και τέλος το ρόλο της σχέσης των επιχειρήσεων και της πολιτείας με τον καταναλωτή - χρήστη. Η ΕΕΤΤ επικεντρώνει την προσπάθειά της με στόχο σύγχρονες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, προσιτές και προσβάσιμες από όλους, υψηλής ποιότητας, σε προσιτές τιμές.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που θα καθορίσουν σε μεγάλο βαθμό την εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών κατά τα επόμενα χρόνια είναι :

- Η διείσδυση των ασύρματων κινητών επικοινωνιών
- Η περαιτέρω ανάπτυξη και η εισαγωγή νέων δορυφορικών συστημάτων.
- Η ανάπτυξη και ο εκσυγχρονισμός της υποδομής του Internet.
- Η σύγκλιση πληροφορικής, τηλεπικοινωνιών και μέσων μαζικής ενημέρωσης
- Η μετατόπιση του ενδιαφέροντος και του ανταγωνισμού σταδιακά στις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας και ευρείας ζώνης.
- Η ανάπτυξη εξαιρετικά προηγμένων συστημάτων διαχείρισης δικτύων.
- Η ανάπτυξη και χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.
- Η συμμετοχή στην ανάπτυξη διεθνών και ιδιαίτερα Διευρωπαϊκών δικτύων.

Οι εξελίξεις αυτές έχουν ήδη οδηγήσει σε αναμόρφωση του παραδοσιακού θεσμικού πλαισίου, σε παγκοσμιοποίηση και ένταση του ανταγωνισμού (γεγονός που καθιστά αναγκαία την ύπαρξη ρυθμιστικών αρχών), σε μείωση των τιμών, σε ιδιωτικοποιήσεις, σε στρατηγικές συμμαχίες και σε εξαγορές / συγχωνεύσεις επιχειρήσεων.

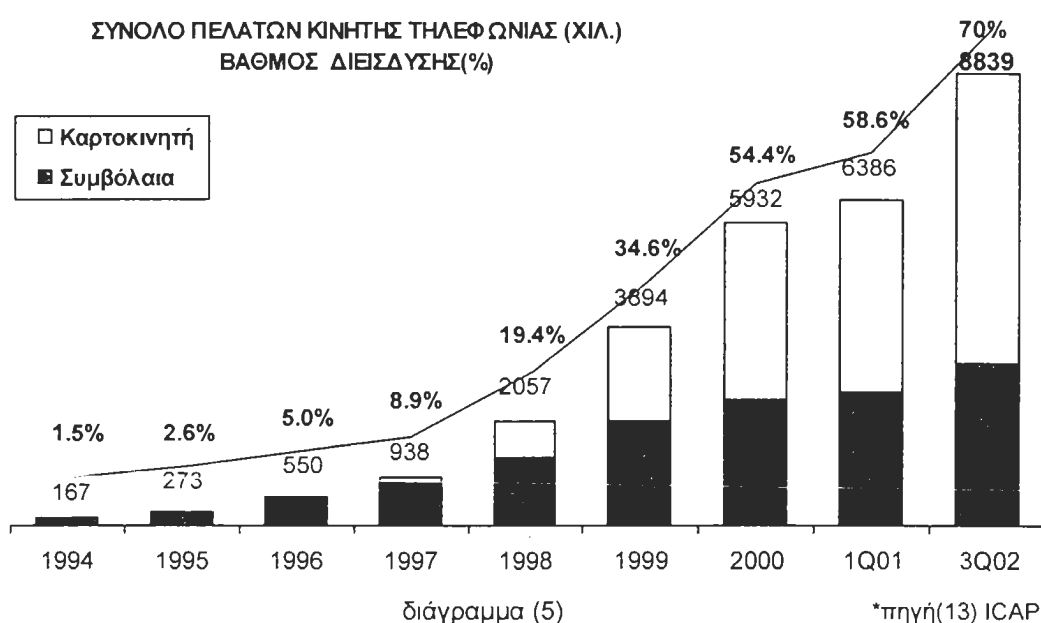
9.2. Η Κινητή Τηλεφωνία

Τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας άρχισαν να εγκαθίστανται παγκοσμίως στη δεκαετία του 1980, αλλά η μεγάλη ανάπτυξη σημειώθηκε από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 οπότε και εισήχθησαν τα ψηφιακά κυψελοειδή συστήματα.

Στην Ευρώπη η είσοδος του πανευρωπαϊκού ψηφιακού GSM συντέλεσε τα μέγιστα στην εντυπωσιακή εξάπλωση της κινητής τηλεφωνίας. Τα πρώτα συστήματα GSM εγκαταστάθηκαν το 1992 και μέχρι σήμερα έχουν προσελκύσει περίπου 200 εκατομμύρια χρήστες στην Ευρώπη. Στην Ελλάδα οι υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας παρέχονται από το 1993 από δύο φορείς, ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ και STET ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε. με λειτουργία δικτύου GSM 900. Το 1998 τέθηκε σε λειτουργία το τρίτο δίκτυο από την COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε. με λειτουργία GSM 1800 ενώ πρόσφατα τέθηκε σε λειτουργία και τέταρτο δίκτυο παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας από την Q-TELECOM.

Ακολουθώντας τους ταχύτατους ρυθμούς αύξησης των συνδρομητών και ανάπτυξης της κινητής τηλεφωνίας τόσο στην Ευρώπη όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, η Ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας σημείωσε θεαματικά αποτελέσματα. Η εξέλιξη του βαθμού διείσδυσης είναι, επίσης, εντυπωσιακή. Το 1994 μόλις 16 στους 1000 κατοίκους της Ελλάδας ήταν συνδρομητές, ενώ το 1998, 200 στους 1000 κατοίκους είναι πελάτες της κινητής τηλεφωνίας. Ο αριθμός των συνδρομητών της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα στο τέλος του 2000 ξεπέρασε τα 5,9 εκατομμύρια και η αντίστοιχη διείσδυση διαμορφώθηκε σε 54,4% από 36,4% στο

τέλος του 1999 (διάγραμμα 5) όταν η μέση διείσδυση στην Ε.Ε. στο τέλος του 2000 ήταν 63%. Παρατηρείται ότι το 2000 ένας στους δυο κατοίκους είναι συνδρομητής κινητής τηλεφωνίας. Σήμερα η διείσδυση στην Ελληνική αγορά, φθάνει το 70% ενώ το σύνολο των συνδρομητών ξεπερνά τα 8,8 εκατομμύρια. Υπολογίζεται ότι η πραγματική διείσδυση υπολείπεται της ονομαστικής κατά 20% περίπου σύμφωνα με ανώτατα στελέχη των παραπάνω επιχειρήσεων. Μέχρι το 2004 αναμένεται ότι οι βασικοί και λειτουργικοί δείκτες της κινητής τηλεφωνίας στη Ελλάδα θα έχουν συγκλίνει με τους αντίστοιχους ευρωπαϊκούς, γεγονός που σημαίνει ότι, υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης για τη χώρα με προοπτική η διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα να φτάσει ή και να ξεπεράσει το 85% την επομένη διετία έως ότου επέλθει ο κορεσμός.



Στην υπόλοιπη Ευρώπη οι περισσότερες αγορές δείχνουν σημάδια κορεσμού και τείνουν προς την στασιμότητα. Η εντυπωσιακή εξέλιξη των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας αποδίδεται στην ανταγωνιστική παρουσία των παραπάνω φορέων παροχής υπηρεσιών στην Ελληνική αγορά. Είναι εμφανές ότι ο κλάδος της Κινητής τηλεφωνίας είναι ένας δυναμικός κλάδος. Το δηλώνουν άλλωστε από την μια ο αριθμός των πωλήσεων, και από την άλλη το μεγάλο μερίδιο που έχουν τα προϊόντα κινητής τηλεφωνίας στην διαφημιστική πίτα.

Στην συνέχεια παρουσιάζετε ο τρόπος με τον οποίο οι δυο μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα "Vodafone-Panafon" και "Cosmote" καθώς και η μεγαλύτερη εταιρία παροχής προϊόντων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών και προηγμένης τεχνολογίας "Γερμανός" μετατρέπουν, μέσα από την οργάνωσή τους, τις συνεχείς εξελίξεις της τεχνολογίας σε ποιοτικά προϊόντα και υπηρεσίες και τα προωθούν μέσα από την διαφήμιση.



10.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η Εταιρία ιδρύθηκε το 1992 στην Αθήνα ως Ανώνυμος Εταιρία με την επωνυμία «ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ» και το διακριτικό τίτλο «ΠΑΝΑΦΟΝ» σε λατινικούς χαρακτήρες (ΦΕΚ 750/18-3-92) και εγγράφηκε στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών με Αριθμό Μ.Α.Ε. 26089/01/Β/92/175. Έδρα της Εταιρίας ορίσθηκε ο Δήμος Αθηναίων και η Διάρκειά της ορίσθηκε σε πενήντα (50) έτη (μέχρι το 2042). Το 1998 η έδρα της Εταιρίας μεταφέρθηκε στο Δήμο Αμαρουσίου. Τον Δεκέμβριο του 1998 οι μετοχές της Εταιρίας άρχισαν να διαπραγματεύονται στο Χ.Α.Α και στο Χρηματιστήριο Αξιών του Λονδίνου. Σήμερα η Εταιρία έχει Αριθμό Μ.Α.Ε 26089/06/Β/92/01. Τα κεντρικά γραφεία της Εταιρίας βρίσκονται στη Λεωφόρο Κηφισίας 44, 151 25 Μαρούσι, τηλ. (210) 61 60 000.

Η Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρίας της 18.2.2002, αποφάσισε την τροποποίηση του άρθρου 1 του Καταστατικού και την αλλαγή της επωνυμίας της εταιρίας. Με την από Κ2-3260/29-302 έγκριση του Υπουργείου Ανάπτυξης εγκρίθηκε η τροποποίηση του καταστατικού της εταιρίας VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (πρώην ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ). Συγκεκριμένα, τροποποιήθηκε το άρθρο 1 του Καταστατικού και άλλαξε η επωνυμία της Εταιρίας από ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ σε VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ και ο διακριτικός τίτλος από ΠΑΝΑΦΟΝ σε VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ. Το Δ.Σ. του ΧΑΑ στην συνεδρίαση του της 4.4.2002 ενημερώθηκε για την ανωτέρω αλλαγή επωνυμίας. Κατόπιν αυτού, οι μετοχές της εταιρίας από 10.4.2002 είναι διαπραγματεύσιμες στο ΧΑΑ με την ως άνω νέα επωνυμία.(17)

Κατά την διάρκεια λειτουργίας της η εταιρία προχώρησε μεταξύ άλλων σε μια σειρά επιχειρηματικών αποφάσεων και ενεργειών με στόχο την ενίσχυση της θέσης της και τον εμπλουτισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών προς την συνδρομητική της βάση. Συγκεκριμένα

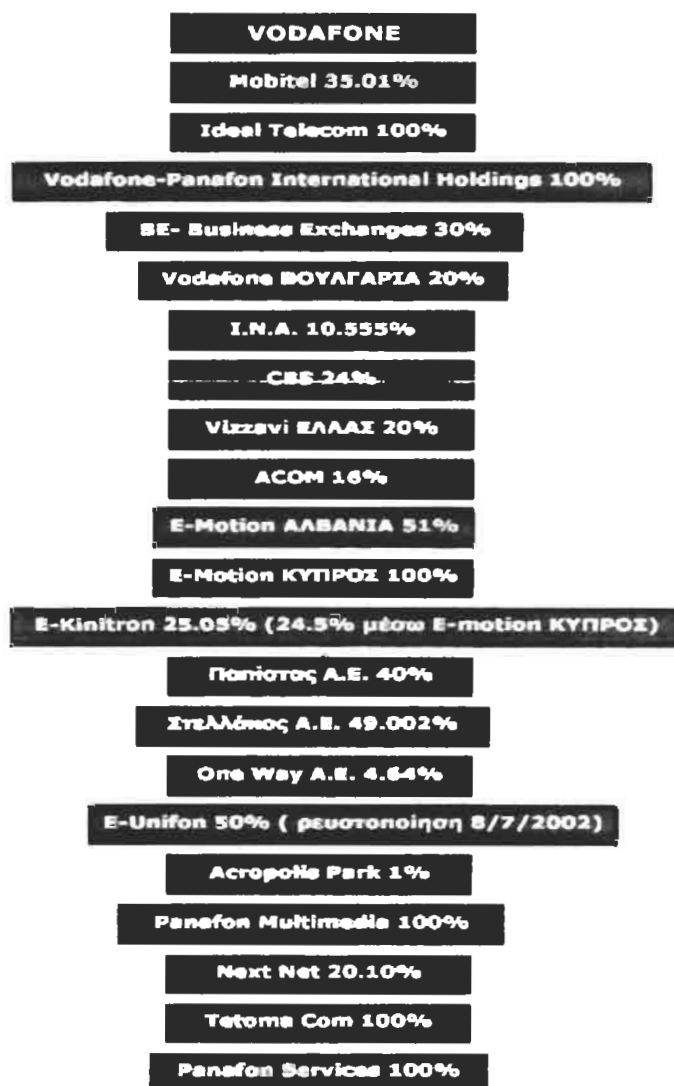
- Η συγχώνευση της εταιρίας ΠΑΝΑΦΟΝ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. για την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών.
- Η εξαγορά της εταιρίας ΠΑΝΑΦΟΝ ΠΟΛΥΜΕΣΑ Α.Ε. για την παροχή υπηρεσιών πρόσβασης σε ηλεκτρονικά δίκτυα.
- Η συμμετοχή κατά 30% στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας BE-BUSINESS EXCHANGES Α.Ε. η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω διαδικτύου.
- Η συγχώνευση των εταιριών ΠΑΝΑΦΟΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ Α.Ε. (πρώην ΠΑΝΑΒΟΞ) και UNIFON Α.Ε για την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.
- Η συμμετοχή κατά 20% στο μετοχικό κεφάλαιο με την VIZZAVI ΕΛΛΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ Α.Ε., για την λειτουργία δικτυακής πύλης και την παροχή υπηρεσιών πολυμέσων .
- Η συμμετοχή κατά 35,01% στο μετοχικό κεφάλαιο της MOBITEL Α.Ε. η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.
- Η ενίσχυση της συνεργασίας της με την ΒΙΑΦΟΝ ΑΕ. η οποία θα ενεργεί ως Master Dealer και Master Franchisee του δικτύου της Vodafone στην Ελλάδα, και

- Η συγχώνευση της εταιρίας IDEAL TELECOM A.E. για την παροχή υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας και την παραγωγή και διάθεση προϊόντων και δικτύων πληροφορικής.

Σκοπός όλων των παραπάνω ενεργειών ήταν και είναι η επίτευξη οικονομικών κλίμακας, το αποτελεσματικότερο management, η μείωση του κόστους δικτύων διανομής και η αύξηση της αποδοτικότητας. (βλέπε 10.7.)

10.2. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Με την συμμετοχή της Vodafone-Panafon στο μετοχικό κεφάλαιο των εμπορικών συνεργατών της καθετοποιούνται και διευρύνονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες της ενώ παράλληλα βελτιώνεται περαιτέρω η ποιότητα τους. Η επιχειρηματική δραστηριότητα του Ομίλου Vodafone (Greece) εντάσσεται στα πλαίσια του παγκόσμιου τηλεπικοινωνιακού Ομίλου Vodafone Plc.



Διάγραμμα (6)

*πηγή (18) www.vodafone.gr

10.3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ-ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Οι κωδικοί ΣΤΑΚΟΔ στους οποίους δραστηριοποιείται η εταιρία μετά τις πρόσφατες συγχωνεύσεις είναι οι ακόλουθοι :

- 525.1(Λιανικό Εμπόριο Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και Λοιπών Συσκευών και Μηχανών Γραφείου).
- 527.3(Λοιπό Λιανικό Εμπόριο που δεν διενεργείται σε καταστήματα).
- 642.0(Τηλεπικοινωνίες).

Η Panafon είναι Εταιρία παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας βάσει άδειας λειτουργίας κυψελοειδούς τηλεπικοινωνιακού δικτύου GSM, την οποία έλαβε, κατόπιν διαγωνισμού, από την Ελληνική Δημοκρατία τον Σεπτέμβριο του 1992 (ΦΕΚ 587/30-9-92). Η άδεια είναι εικοσαετούς διάρκειας (μέχρι το 2012). Η Εταιρία προσφέρει το πλήρες φάσμα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με βάση το σύστημα GSM 900, συμπεριλαμβανομένων πολλών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (όπως η υπηρεσία έξυπνου προσωπικού τηλεφωνητή, η υπηρεσία αποστολής / λήψης γραπτών μηνυμάτων (SMS), η κλήση μέσω τηλεφωνικού κέντρου και η αποστολή / λήψη δεδομένων και fax). Επίσης παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της να χρησιμοποιούν υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και στο εξωτερικό, σε 115 χώρες, μέσω των 250 διεθνών συμβάσεων περιαγωγής (roaming) που είχε συνάψει έως τις 31 Μαρτίου 2002, τον μεγαλύτερο αριθμό διεθνών συμβάσεων περιαγωγής που έχουν υπογραφεί στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας.

Την 15η Δεκεμβρίου 2000 η Panafon έλαβε κατόπιν πλειοδοτικού διαγωνισμού άδεια LMDS (ασύρματη σταθερή τηλεφωνία) στη ζώνη των 26 GHz. Το τίμημα που καταβλήθηκε ανήλθε στο ποσό των 8,1 εκατ€ και το διατιθέμενο φάσμα είναι της τάξης του 2x56 MHz, με εικοσαετή διάρκεια. Τον Ιούλιο του 2001 η εταιρία κινουμένη με βάση την προδιαγεγραμμένη και συνεπή στρατηγική της διεκδίκησε και απέκτησε φάσμα συχνοτήτων 2X15 MHz στην περιοχή των 1800MHz και 2X5MHz στην περιοχή των 900MHz, έναντι συνολικού τιμήματος 115 εκ€. Η διάρκεια της είναι δεκαπενταετής. Η συγκεκριμένη εξέλιξη έδωσε σαφές προβάδισμα στην εταιρία έναντι των άλλων εταιριών κινητής τηλεφωνίας καθώς η συνολική διαθέσιμη χωρητικότητα της στα 900MHz φτάνει σήμερα τα 2X15MHz και στα 1800 MHz τα 2X15MHz. Επίσης τον Ιούλιο του 2001 η εταιρία έλαβε κατόπιν πλειοδοτικού διαγωνισμού άδεια για παροχή υπηρεσιών 3^{ης} γενιάς. Η εταιρία απέκτησε 2X20+5MHz συνεχούς φάσματος έναντι 176,4 εκ. €, με εικοσαετή διάρκεια.

Σκοπός της Εταιρίας είναι:

1. Η εγκατάσταση και λειτουργία συστημάτων κινητής τηλεφωνίας κυψελωτής μορφής, καθώς και η μελέτη, σχεδιασμός, εγκατάσταση και λειτουργία τηλεπικοινωνιακών συστημάτων (στο εξής "τα Συστήματα").
2. Η προμήθεια και / ή διανομή του εξοπλισμού κλπ. που χρησιμοποιείται σε σχέση με τα συστήματα.
3. Η εγκατάσταση και λειτουργία μονάδων για την υποστήριξη των συστημάτων.
4. Η παροχή υπηρεσιών τηλεπικοινωνίας και προστιθέμενης αξίας μέσω των συστημάτων, καθώς και η παροχή συμβουλευτικών και εκπαιδευτικών

υπηρεσιών σχετικά με τον σχεδιασμό, εγκατάσταση και λειτουργία τηλεπικοινωνιακών συστημάτων διαφορετικών τεχνολογιών.

5. Η προμήθεια, εμπορία και διανομή τηλεφωνικών συσκευών, παντός είδους τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού, και εν γένει δικτύων μεταφοράς ήχου, εικόνας και δεδομένων, και προϊόντων επικοινωνίας, ανταλλακτικών και εξαρτημάτων αυτών, που χρησιμοποιούνται σε σχέση με την παροχή των ως άνω αναφερομένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, καθώς και η ανάπτυξη, παραγωγή και διάθεση λογισμικού (software) για την λειτουργία των ανωτέρω.
6. Η ανάπτυξη, παραγωγή και εκμετάλλευση software (λογισμικού) σχετικού με τις τηλεπικοινωνίες.
7. Η παροχή υπηρεσιών εγκατάστασης, επισκευής και εν γένει τεχνικής υποστήριξης των παραπάνω προϊόντων.

Για την πραγματοποίηση του παραπάνω σκοπού η Εταιρία μπορεί:

1. Να συμμετέχει σε οποιαδήποτε Εταιρία ή επιχείρηση οποιασδήποτε μορφής, υφισταμένη ή όχι, ημεδαπή ή αλλοδαπή, υπό οποιονδήποτε εταιρικό τύπο που έχει τον ίδιο, ταυτόσημο ή παρόμοιο σκοπό. Να απορροφά άλλη συναφή επιχείρηση, ατομική ή εταιρική, οποιουδήποτε εταιρικού τύπου ή να εισφέρει κλάδο σε υφιστάμενη ή συνιστώμενη νέα Εταιρία.
2. Να συνεργάζεται με οποιοδήποτε τρόπο, με οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ημεδαπής ή αλλοδαπής, κατά οποιονδήποτε τρόπο, προς ευόδωση του εταιρικού σκοπού.
3. Να ιδρύει υποκαταστήματα ή αντιπροσωπείες οπουδήποτε, είτε στην ημεδαπή, είτε στην αλλοδαπή.
4. Να αντιπροσωπεύει σχετικούς με τους σκοπούς της Εταιρίας εμπορικούς οίκους είτε ημεδαπούς, είτε αλλοδαπούς.

10.4. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ - ΣΥΝΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Η Vodafone (Greece) με την συμμετοχή της στο μετοχικό κεφάλαιο των παρακάτω εταιριών έχει ως κύριο στόχο την ανάπτυξη και την εδραίωση της στην Ελληνική αγορά για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών προς τους πελάτες της, που θα επιτευχθεί, με την αναβάθμιση και συνεχή εξέλιξη των τεχνολογιών και την καλύτερη κάλυψη του δικτύου της. Ο Όμιλος αποτελείται από τις έξης θυγατρικές - συγγενείς εταιρίες :

1. PANAΦON ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. Η εταιρεία ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο του 2000 και ελέγχεται κατά 100% από την Vodafone (Greece). Το αντικείμενο της εταιρείας είναι η συγκέντρωση των προσφερόμενων υπηρεσιών του δικτύου διανομής της Vodafone (Greece), καθώς και την ενίσχυση της υπάρχουσας εξειδίκευσης στην Πληροφορική Τεχνολογία, ώστε να παρουσιάσει και να λειτουργήσει προϊόντα και υπηρεσίες ενός ανώτατου τεχνολογικού επιπέδου. Ολόκληρη η πραγματογνωμοσύνη της Vodafone (Greece) είναι συγκεντρωμένη στην Vodafone

(Greece) Services. Η εταιρεία εισήλθε πρόσφατα σε έναν στρατηγικό συνεταιρισμό με την Portal Software Inc και την Hewlett Packard.

2. PANAFON ΠΟΛΥΜΕΣΑ Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται εξ' ολοκλήρου από την Vodafone (Greece) και παρέχει υπηρεσίες πρόσβασης σε ηλεκτρονικά δίκτυα (internet) Η συγχώνευση της Vodafone (Greece) Πολυμέσα ολοκληρώθηκε τον Ιανουάριο του 2002.

3. NEXTNET Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται κατά 20.10% και είναι ένας από τους βασικούς παροχείς της Vodafone (Greece) από το 1993. Το συμβόλαιο συνεργασίας τους έχει ισχύ μέχρι το 2004. Οι υποχρεώσεις της εταιρείας προς την Vodafone (Greece), είναι η εγγραφή νέων πελατών στο δίκτυο, η διαχείριση των υπαρχόντων πελατών και τέλος η συλλογή των λογαριασμών. Στόχος της NEXTNET Α.Ε. είναι η παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, υπηρεσίες λιανικής πώλησης, καθώς και η διανομή και εγκατάσταση όλων των ειδών τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού. Στις 24 Μαΐου, 2001, η Vodafone (Greece) και η NEXTNET Α.Ε. ανακοίνωσαν την πρόθεση τους να συγχωνευτούν, κάτω από ένα εταιρικό σχήμα, όπου η Vodafone (Greece)-Vodafone θα αποκτήσει ολόκληρο το μετοχικό κεφάλαιο της Nextnet.

4. MOBITEL Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται κατά 35.01% από την Vodafone (Greece) και είναι συνδεδεμένη εταιρία με τον Όμιλο Interamerican. Έγινε ένας από τους παροχείς υπηρεσιών της Vodafone (Greece) τον Φεβρουάριο του 1999. Η Mobitel έχει ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα λιανικού εμπορίου για προϊόντα και υπηρεσίες GSM στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας. Με περισσότερα από 440 καταστήματα, η Mobitel έχει ενισχύσει σημαντικά το ήδη ενισχυμένο και εκτεταμένο εμπορικό δίκτυο της Vodafone (Greece) στους τομείς της ποσότητας και ποιότητας. Η συμμετοχή της Vodafone (Greece) στη Mobitel, θα ενισχύσει τις επενδύσεις της στην προσπάθεια επέκτασης του εμπορικού της δικτύου και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Η Mobitel σκοπεύει να εισαχθεί στο Χ.Α.Α.

5. IDEAL TELECOM Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται κατά 100% από την Vodafone (Greece) και είναι συνδεδεμένη εταιρία με τον Όμιλο IDEAL. Η εταιρεία μέχρι τώρα είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες, στην παροχή υψηλής ποιότητας ολοκληρωμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, στην Ελλάδα και το εξωτερικό και θα συνεισφέρει σημαντικά στην επεκτατική στρατηγική Επικοινωνίας Δεδομένων (συνδετικότητα για τη μεταφορά δεδομένων ανάμεσα σε εταιρικούς πελάτες) της Vodafone (Greece).

6. PANAFON INTERNATIONAL HOLDINGS B.V. Η εταιρία ελέγχεται κατά 100% από την Vodafone (Greece) και συμμετέχει κατά 49% στο μετοχικό κεφάλαιο της Vodafone Albania Sha (το υπόλοιπο 51% κατέχεται από την VODAFONE INTERNATIONAL HOLDINGS BV).

7. VIZZAVI ΕΛΛΑΣ Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται κατά 20% από την Vodafone (Greece) και αποτελεί "κοινό όχημα" με την Vizzavi Europe Limited, που με τη σειρά της είναι αποτέλεσμα συνεργασίας δύο κολοσσιαίων εταιριών τηλεπικοινωνιών και media

αντίστοιχα, της Vodafone και Vivendi Universal. Σκοπός της νεοεισερχόμενης στην Ελληνική αγορά εταιρίας είναι η παροχή εξελιγμένων υπηρεσιών πολυμέσων μέσω του Διαδικτύου, σταθερού και κινητού τηλεφώνου. Η εταιρία ξεκίνησε τις δραστηριότητές της στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.vizzavi.gr, που διαδέχθηκε την γνωστή σε όλους πύλη "Pan.gr". που επιτρέπει σε κάθε χρήστη WAP και Διαδικτύου να πραγματοποιεί σύνθετες αναζητήσεις σε αγγλική και ελληνική γλώσσα.

8. BE-BUSINESS EXCHANGES A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 30% από την Vodafone (Greece). Στο μετοχικό κεφάλαιο της νέας εταιρείας συμμετέχουν, η Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias με ποσοστό 60% και η Hellas On Line με 10%. Προήλθε από την συνεργασία των τριών παραπάνω εταιριών με σκοπό να προσφέρει οικονομικές υπηρεσίες στην αγορά Business to Business, έχοντας σαν στρατηγικό στόχο την ανάδειξη της ως μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες παροχής οικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα.

9. VODAFONE BULGARIA A.D. Η εταιρία ελέγχεται κατά 20% από την Vodafone (Greece) ενώ το υπόλοιπο του μετοχικού κεφαλαίου κατέχει η VODAFONE INTERNATIONAL HOLDINGS BV. Πρόκειται για ανενεργή υποεκκαθάριση εταιρία η οποία συστάθηκε στις 30 Νοεμβρίου 2000 για την συμμετοχή της ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ. στο διαγωνισμό για την απόκτηση 2^{ης} άδειας κινητής τηλεφωνίας στην Βουλγαρία η οποία δεν αποκτήθηκε.

10. ONE WAY A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 4.64% από την Vodafone (Greece) μέσω της θυγατρική της UNIFON A.E (πρώην ΠΑΝΑΒΟΞ) η οποία πρόσφατα συγχωνεύθηκε από την πρώτη.

11. I.N.A. A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 20% από την Vodafone (Greece) και είναι γνωστή ως Ινστιτούτο ερευνών και μελετών τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής χωρών της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

12. CBS A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 24% από την Vodafone (Greece) και δραστηριοποιείται στα συστήματα πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών.

13. ACROPOLIS PARK A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 1% από την Vodafone (Greece).

Οι εταιρίες στις οποίες η Vodafone (Greece) απέκτησε μετοχικό ενδιαφέρον μετά την ολοκλήρωση της συγχώνευσης με την Unifon και την Panafon Emporiki είναι :

14. TETOMA COM A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 100% από την Vodafone (Greece) και η συγχώνευσή της με την Vodafone (Greece) Πολυμέσα ολοκληρώθηκε τον Ιανουάριο του 2002.

15. ACOM A.E. Η εταιρία ελέγχεται κατά 20% από την Vodafone (Greece) και δραστηριοποιείται ως εμπορική και βιομηχανική εταιρία παράγωγης, διάθεσης και υποστήριξης συστημάτων υψηλής τεχνολογίας.

16. E-MOTION ALBANIA S.A. Η εταιρία ελέγχεται κατά 51% από την Vodafone (Greece), ιδρύθηκε με έδρα την Αλβανία και λειτουργεί σύμφωνα με τους νομούς της Αλβανίας. Δραστηριοποιείται στους κλάδους λιανικό εμπόριο ηλεκτρονικών υπολογιστών και λοιπών συσκευών γραφείου και τηλεπικοινωνιών.

17. E-MOTION CYPRUS L.T.D. Η εταιρία ελέγχεται 100% από την Vodafone (Greece) και συμμετέχει κατά 24.5% στην E-KINITRON LIMITED.

18. ΠΑΠΙΣΤΑΣ Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται **40,001%** από την Vodafone (Greece) και δραστηριοποιείται στους κλάδους χονδρικό εμπόριο άλλων μηχανημάτων που χρησιμοποιούνται στην βιομηχανία , λιανικό εμπόριο συσκευών και εξαρτημάτων κινητής τηλεφωνίας και τηλεπικοινωνίες.

19. ΣΤΕΛΑΚΟΣ Α.Ε. Η εταιρία ελέγχεται **49,002%** από την Vodafone (Greece) και δραστηριοποιείται στους κλάδους χονδρικό εμπόριο άλλων μηχανημάτων που χρησιμοποιούνται στην βιομηχανία , λιανικό εμπόριο συσκευών και εξαρτημάτων κινητής τηλεφωνίας και τηλεπικοινωνίες.

20. E-KINITRON LIMITED Η εταιρία ελέγχεται άμεσα κατά 25,05% από την Vodafone (Greece) και έμμεσα κατά 24.5% από την E-MOTION CYPRUS L.T.D.

10.5. ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ-ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Το κύριο αντικείμενο εργασιών της Vodafone (Greece) είναι η παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Η Εταιρία προσφέρει βασικές υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, προηγμένες υπηρεσίες και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας σε δύο κατηγορίες βασισμένες στις ανάγκες της πελατειακής βάσης: 1) υπηρεσίες βάσει συμβολαίου και 2) υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας.

Υπηρεσίες βάσει συμβολαίου

Οι πελάτες αυτοί συνάπτουν συμβόλαια διάρκειας 12 μηνών για τη χρήση των υπηρεσιών της Εταιρίας. Η Vodafone (Greece) προσφέρει στους πελάτες αυτούς τις βασικές υπηρεσίες κλήσεων, υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, τις υπηρεσίες προσωπικού τηλεφωνητή και αποστολής γραπτών μηνυμάτων επιπλέον, σε πελάτες που πληρούν τους όρους, προσφέρει τη δυνατότητα κλήσεων στο εξωτερικό και περιαγωγής .

Οι πελάτες βάσει συμβολαίου είναι εταιρικοί πελάτες και ιδιώτες. Η Εταιρία προσφέρει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, υπηρεσίες δικτύου καθώς και τιμολόγια,

τα οποία μπορούν να προσαρμοσθούν στις εξειδικευμένες ανάγκες τόσο των εταιρικών όσο και των απλών συνδρομητών της.

Υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας

Τον Οκτώβριο του 1997, η Εταιρία άρχισε να προσφέρει υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας με χρήση κάρτας συνδιαλέξεων και με εμπορική ονομασία "Panafon à la Carte". Τον Μάιο του 1998 η Εταιρία κατέστη ο ηγέτης και σε αυτό τον τομέα της αγοράς. Τα πακέτα Panafon à la Carte διατίθενται μέσω του εκτεταμένου δικτύου καταστημάτων Vodafone και των Εμπορικών Συνεργατών της Εταιρίας και επιτρέπουν στον πελάτη να καλεί και να δέχεται κλήσεις αμέσως μετά την αγορά τους. Οι πελάτες του Panafon à la Carte δεν υπογράφουν συμβόλαιο, δεν επιβαρύνονται με μηνιαίο πάγιο τέλος και δεν λαμβάνουν μηνιαίο λογαριασμό. Οι υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας προσελκύουν πελάτες οι οποίοι θέλουν να έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν και να περιορίζουν τα έξοδα τους ή δεν επιθυμούν τη δέσμευση του συμβολαίου, τα μηνιαία πάγια και τους λογαριασμούς και, τέλος, δεν μπορούν να ανταποκριθούν στα κριτήρια πιστοληπτικού ελέγχου.

Οι πελάτες του Panafon à la Carte μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα από δύο προσφερόμενα πακέτα : (1) Πακέτο Σύνδεσης για πελάτες που ήδη έχουν συσκευή και περιέχει κάρτα SIM με χρόνο ομιλίας φορτωμένο σ' αυτή , (2) Πακέτο Σύνδεσης με συσκευή κινητής τηλεφωνίας, κάρτα SIM με χρόνο ομιλίας φορτωμένο σ' αυτή . Οι πελάτες Panafon à la Carte έχουν πρόσβαση σε διάφορες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας: υπηρεσία προσωπικού τηλεφωνητή, αναγνώριση κλήσεων, αποστολή γραπτών μηνυμάτων, roaming, αναμονή κλήσεων, επιλεκτική απόκρυψη αριθμού κ.τ.λ. Οι πελάτες μπορούν να προμηθευθούν επιπλέον χρόνο συνδιαλέξεων αγοράζοντας προπληρωμένες κάρτες συνδιαλέξεων από τους Εμπορικούς Συνεργάτες, καθώς επίσης από περίπτερα, σταθμούς ανεφοδιασμού οχημάτων και σούπερ μάρκετ. Η Εταιρία στα πλαίσια ικανοποίησης αναγκών συγκεκριμένων ομάδων, δημιούργησε και παρουσίασε στην αγορά τον Μάρτιο του 1999 το Panafon à la Carte Junior και το Θρύλος à la Carte.

Τον Οκτώβριο του 2000 η Εταιρία παρουσίασε το "CU", το νέο σύστημα επικοινωνίας με κάρτα. Το "CU", προσανατολισμένο στους ρυθμούς των νέων παρέχει υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας με πολλά και σημαντικά προνόμια:

- Τη χαμηλότερη χρέωση στην κινητή τηλεφωνία στα γραπτά μηνύματα
- Χαμηλή χρέωση στις κλήσεις μεταξύ χρηστών "CU"
- Δωρεάν αναγνώριση κλήσεων
- Ξεκάθαρες, απλές χρεώσεις, χωρίς πάγιο τέλος κλήσης
- Ειδική κάρτα SIM (32K) με ενσωματωμένο εύχρηστο μενού των υπηρεσιών και μεγαλύτερη μνήμη για μηνύματα και ονόματα.
- Αποκλειστική υπηρεσία ενημέρωσης "CU SMS", σε συνεργασία με την πύλη της Panafon [www.pan.gr] για ανανεώσιμες πληροφορίες σχετικά με: βραδινή έξοδο, κινηματογράφους, θέατρα, τηλεόραση, το ελληνικό και το ξένο μουσικό TOP5 καθώς και αθλητική ενημέρωση.

Το σύστημα επικοινωνίας με κάρτα που παρουσίασε η εταιρία πριν από 2 χρόνια, ανανεώνεται συνεχώς με νέα πακέτα υπηρεσιών. Ενδεικτικά αναφέρετε η δημιουργία του πρώτου μουσικού CU cd και ενός πακέτου σύνδεσης CU Gamer, τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο του 2001 αντίστοιχα.

Υπηρεσίες GPRS

Το Μάρτιο του 2001 ανακοινώθηκε η εμπορική διάθεση των υπηρεσιών GPRS για τους συνδρομητές με συμβόλαιο και τους εταιρικούς πελάτες ενώ από το Σεπτέμβριο του 2001 και οι χρήστες καρτοκινητής τηλεφωνίας έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στις υπηρεσίες WAP μέσω της τεχνολογίας GPRS. Οι υπηρεσίες GPRS προσφέρουν στους συνδρομητές την δυνατότητα πρόσβασης στο Internet και τις υπηρεσίες WAP περιεχομένου με υψηλότερες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων που σταδιακά μπορούν να ξεπεράσουν τα 100Kbps. Οι χρεώσεις των υπηρεσιών βασίζονται στον όγκο των δεδομένων που λαμβάνει ο χρήστης και όχι στο χρόνο κατά τον οποίο είναι συνδεδεμένος με την υπηρεσία η το δίκτυο.

Νέες Υπηρεσίες & Δραστηριότητες

Το Σεπτέμβριο του 2001 η Vodafone (Greece) εγκαινίασε την πιλοτική παροχή υπηρεσιών με την χρήση της τεχνολογίας LMDS (Local Multipoint Distribution System). Η εταιρία αξιοποιώντας τη συγκεκριμένη τεχνολογία πρόσβασης εξελίσσει τις δυνατότητες παροχής των εταιρικών υπηρεσιών Vodafone (Greece) (Business Internet, Business mVPN, διασύνδεσης δικτύων και GPRS Corporate Access) σε εταιρικούς πελάτες.

Υπηρεσίες Internet

Η Vodafone (Greece) παρέχει υπηρεσίες Internet, μέσα από τα πακέτα σύνδεσης dial up ή μέσω μισθωμένων κυκλωμάτων. Η πρόσβαση μέσω dial up γίνεται μέσα από τα πακέτα σύνδεσης PSTN & ISDN, τα οποία στηρίζονται στην τεχνογνωσία Vodafone (Greece) και παρέχουν εκτεταμένες υπηρεσίες πρόσβασης και υποστήριξης στο Internet, υψηλές ταχύτητες, καινοτομικές λύσεις και ποιοτικά πιστοποιημένες υπηρεσίες, σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές και σε ένα φιλικό προς τον χρήστη ηλεκτρονικό περιβάλλον. Τα dial up πακέτα διατίθενται σε 11 διαφορετικά πακέτα, ανάλογα με το χρόνο χρήσης (3,6 και 12 μήνες), τον τύπο σύνδεσης (Dynamic & Static), και τον τύπο της τηλεφωνικής γραμμής (ISDN & PSTN). Η Vodafone (Greece) παρέχει επίσης 24ωρη τεχνική στήριξη από έμπειρο προσωπικό και είναι προσβάσιμη μέσω σταθερού τηλεφώνου σε γραμμή ΕΠΑΚ (με αντίστοιχες χρεώσεις) ή κινητού τηλεφώνου Vodafone (Greece).

Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας

Οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας χωρίζονται σε :

Επικοινωνίας

- SMS Plus Post

- Net Office
- Fax Mail
- Wap
- Ανώνυμο SMS
- Vodafone Mail

Διασκέδασης

- Guess Who
- Ring tones
- Chat'n'Flirt

Οικονομίας

- Vodafone Stock

Ενημέρωσης

- Vodafone Weather
- SMS Info
- Panorama

Vizzavi

- Web to SMS
- Tell me Now (Alerts)
- Personal Phonebook

Panafon Partner

Η Vodafone (Greece) παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις εταιρικής επικοινωνίας προσαρμοσμένες στις ειδικές απαιτήσεις της κάθε Εταιρίας, που εξασφαλίζουν ταυτόχρονα πλήρη λειτουργικότητα, καλύτερη διαχείριση πόρων και πρόβλεψη κάλυψης μελλοντικών αναγκών. Αναλυτικά περιλαμβάνουν :

Κινητή τηλεφωνία

- Business.
- Business Plus.
- Business mVPN.

Διασύνδεση Δικτύων

- Μισθωμένα κυκλώματα (Leased Lines).
- Frame Relay.
- VPDN.

Internet

- Internet dial up.
- Business Internet dial up.
- Business Internet.

Wireless Office

- GPRS Wireless Internet.
- GPRS Corporate Access.
- Πρόγραμμα χρήσης Data/Fax.
- Fax από κινητό (SMS Plus Fax).
- E-mail από κινητό (Net Office).

Διαχείριση & Επικοινωνία

- Διαχείριση Στόλου Οχημάτων -Fleet Manager.
- Μαζική αποστολή SMS 1.
- Μαζική αποστολή SMS 2.

Υποστήριξη Υπηρεσιών

- Ηλεκτρονική ανάλυση εταιρικών λογαριασμών (Call Manager).
- Τηλεφωνική εξυπηρέτηση εταιρικών πελατών (Corporate Line).
- Τεχνική Υποστήριξη Εξοπλισμού.
- Εξειδικευμένη Ομάδα Πωλήσεων.

Συνεργασίες με εναλλακτικούς παροχείς

Η Vodafone (Greece) σε συνεργασία με τους τηλεοπτικούς σταθμούς Antenna, Mega και Star παρέχει δυνατότητα στους συνδρομητές της να λαμβάνουν μέρος και να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες (Info) σχετικά με εκπομπές τους . Επίσης όλοι οι συνδρομητές έχουν πλήρη πρόσβαση στην ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας "Χρυσή Ευκαιρία" όπου μπορούν να βλέπουν όλες τις καταχωρήσεις χωρίς όμως τα προσωπικά στοιχεία των καταχωρούντων.

Τηλεπικοινωνιακό Δίκτυο - Καταστήματα

Το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο της Vodafone (Greece) αποτελείται από 1657 Σταθμούς Βάσης (BTS), συνδεδεμένους με 28 Κέντρα ελέγχου Σταθμών βάσης (BSC) 11 εκ των οποίων είναι στην Αθήνα. Το υποσύστημα Σταθμών Βάσης (BSS) ελέγχεται από 13 Κέντρα Μεταγωγής Κινητής Τηλεφωνίας (MSC). Επιπλέον, 3 Διαβιβαστικά Κέντρα (TSC) και 5 Αυτόνομοι Οικείοι Καταχωρητές Θέσης Αναζήτησης λειτουργούν στο δίκτυο της Vodafone (Greece) το οποίο καλύπτει σήμερα περίπου το 98,2% του Ελληνικού πληθυσμού και το 97.8% της Ελλάδας (χάρτης 1). Το σύνολο των επενδύσεων για την ανάπτυξη του δικτύου έχει φθάσει, εξαιρώντας τις άδειες, τα 1.080 εκατ. (Μάρτιος 2002). Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν συγκεκριμένα πλάνα και προγραμματισμένες ενέργειες για την περίπτωση φυσικών καταστροφών (Business Continuity Plans), διασφαλίζοντας έτσι την αξία των επενδύσεων σε δικτυακή υποδομή. Η προώθηση των υπηρεσιών του δικτύου κινητής τηλεφωνίας της εταιρίας επιτυγχάνεται άμεσα μέσω 155 καταστημάτων (Vodafone Stores) αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της και έμμεσα από καταστήματα των εμπορικών συνεργατών της με περισσότερα από 2.200 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα. Οι συνδρομητές της Vodafone (Greece) έχουν δυνατότητα συνδιαλέξεων περιαγωγής και διεθνών κλήσεων προς επιλεγμένες χώρες που δραστηριοποιείται η Vodafone στην Ευρώπη και συνολικά σε 115 χώρες σε όλο τον κόσμο, μέσω των 250 διεθνών συμβάσεων περιαγωγής (roaming) που είχε συνάψει έως τον Μάρτιο του 2002, τον μεγαλύτερο αριθμό συμβάσεων περιαγωγής που έχουν υπογραφεί στην Ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας.



χάρτης (1)

*πηγή (18)

Η Vodafone (Greece) έχει πιστοποιηθεί για το Ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΛΟΤ), μέλος του Διεθνούς Δικτύου Αξιολόγησης και Πιστοποίησης Συστημάτων ποιότητας (IQNet) και την Βρετανική Εθνική Εγγύηση Ποιότητας (NQA). Είναι η μοναδική εταιρία στην Ελλάδα και από τις ελάχιστες διεθνώς που έχουν πιστοποιηθεί για την λειτουργία όλων των παρακάτω Συστημάτων, στο πλαίσιο του Ολοκληρωμένου Συστήματος.

- Διαχείρισης Ποιότητας κατά ISO 9001.
- Διαχείρισης Περιβάλλοντος κατά ISO 14001.
- Υγιεινής και Ασφάλειας κατά OHSAS 18001.
- Ασφάλειας Δεδομένων και Πληροφοριών κατά BS 7799.

10.6. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

A. Ακίνητα.

Η εταιρία είναι κύρια των εξής ακινήτων :

1. Οικόπεδο εκτάσεως 6.727τ.μ. στην θέση Κυπηριά, Κοινότητας Μελισσοχωρίου του Νομού Λαρίσης. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 88.040 ευρώ. Επί του οικοπέδου αυτού βρίσκεται ισόγειο κτίριο αντιπυρικής κατασκευής 1.168τ.μ., κατασκευής 1997.
2. Οικόπεδο εκτάσεως 4.304 τ.μ. στη θέση Καπετανάκη Μετόχι, Κοινότητας Ροδιάς Ηρακλείου. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 123.260 τ.μ. ευρώ. Επί του οικοπέδου έχει ανεγερθεί το 1997 ισόγειο κτίριο αντιπυρικής κατασκευής, επιφάνειας 953τ.μ.

3. Οικόπεδο εκτάσεως 628τ.μ. στη θέση Πουρδάλα Κοινότητα Καλλιθέας του Νομού Φωκίδος. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 6.620τ.μ.
4. Οικόπεδο εκτάσεως 509τ.μ. στη θέση Αγ. Θωμάς , Δήμου Αμαρουσίου Νομού Αττικής. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 39,032 ευρώ.
5. Οικόπεδο εκτάσεως 577τ.μ. στη θέση Πανοχώρι Κοινότητα Χλωμού Νομού Κερκυρας. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 30.479 ευρώ.
6. Οικόπεδο εκτάσεως 7.460τ.μ. στη θέση Μαντεληδωπή, Νήσου Σύρου Νομού Κυκλάδων. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 63.100 ευρώ. Επί του οικοπέδου έχει κατασκευαστεί κτιριακή εγκατάσταση που στεγάζει στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου της εταιρίας. Επίσης στην ίδια περιοχή δημιουργήθηκε δουλεία διόδου 1680τ.μ. έναντι 2.935 ευρώ.
7. Οικόπεδο εκτάσεως 3.424τ.μ. στη θέση Κοκκινόχωμα Κοινότητας Κοκκινοχώματος Νομού Καβάλας. Η έκταση αυτή εκτιμάται σε 58.694 ευρώ. Επί του οικοπέδου έχει κατασκευαστεί κτιριακή εγκατάσταση 820τ.μ. που στεγάζει στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου της εταιρίας.
8. Οικόπεδα εκτάσεως 655τ.μ. και 716τ.μ. στη θέση Μεροβίγλι, Κοινότητα νήσων Οθωνών, Νομού Κερκυρας. Τα δυο αυτά οικόπεδα εκτιμώνται σε 8.805 ευρώ.
9. Συνεχόμενα οικόπεδα εκτάσεως 4.006τ.μ. και 857τ.μ. στη θέση Σαμάκια, Πάτρας. Τα οικόπεδα αυτά εκτιμώνται σε 54.880 ευρώ και 38.150 ευρώ αντίστοιχα και σε κτιριακή εγκατάσταση που έχει κατασκευαστεί στεγάζονται στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου της εταιρίας.
10. Οικόπεδο εκτάσεως 1251τ.μ. στη Βουλιαγμένης 187 Γλυφάδα αξίας 695.275 ευρώ. Επί του οικοπέδου έχει κατασκευαστεί κτιριακή εγκατάσταση αποτελούμενη από 2 υπογείους - ισόγειο και 2 υπέργειους ορόφους , που χρησιμοποιούνται ως έδρα της εταιρίας NextNet A.E. που απορροφήθηκε από την Vodafone (Greece).

Στα οικόπεδα που ανήκουν στην εταιρία βρίσκονται εγκατεστημένα στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου. Στον παραπάνω κατάλογο όπου δεν εμφανίζετε κτίριο υπάρχουν προκατασκευασμένοι οικίσκοι στους οποίους τοποθετείται το τηλεπικοινωνιακό υλικό. Οι οικίσκοι έχουν όγκο 30-40 κυβικά μέτρα και κατασκευάζονται από την εταιρία INTPAMET A.E.

Επί των οικοπέδων και κτιρίων της εταιρίας δεν υφίσταται κανένα βάρος (υποθήκες, προσημειώσεις κλπ.) ή άλλο δικαίωμα, ούτε έχουν ληφθεί εγγυήσεις έναντι αυτών ούτε έχουν δοθεί εγγυήσεις υπέρ τρίτων.

B. Τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός.

Την 31/03/2002 ο εν λειτουργία τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός της εταιρίας είχε ως εξής :

- 1719 Σταθμοί Βάσης (BTS) διασκορπισμένοι σε διάφορες τοποθεσίες σε όλη την Ελλάδα, 24 Κέντρα Ελέγχου Σταθμών Βάσης (BSC) εκ των οποίων : 2 στην Παιανία Αττικής, 3 στην οδό Πειραιώς Αθήνα, 2 στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης, 1 στην Πυλαία Θεσσαλονίκης, 1 στην Αλισσό Πάτρας, 3 στο Δασύλλιο Πάτρας, 1

στην Λάρισα, 2 στην οδό Μακρυγιάννη 88 Κηφισσός, 1 στην Κρήτη, 3 στην Μεταμόρφωση Αττικής, 3 στην νήσο Σύρο Ν. Κυκλάδων και 1 στην Καβάλα.

- 13 Κέντρα Μεταγωγής Κινητής Τηλεφωνίας (MSC) εκ των οποίων : 1 στην Παιανία Αττικής, 2 στην οδό Πειραιώς Αθήνα, 1 στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης, 1 στην Αλισσο Πάτρας, 1 στην Λάρισα, 2 στην οδό Μακρυγιάννη 88 Κηφισσός, 1 στην Πυλαία Θεσσαλονίκης και 1 στο Δασύλλιο Πάτρας.
- 3 Διαβιβαστικά Κέντρα (TSC) εκ των οποίων : 1 στην Παιανία Αττικής, 1 στην οδό Μακρυγιάννη 88 Κηφισσος και 1 στην Μεταμόρφωση Αττικής.
- 6 Αυτόνομοι Οικείοι Καταχωρητές Θέσης Αναζήτησης (HLR) εκ των οποίων : 1 στην Παιανία Αττικής, 1 στην οδό Πειραιώς Αθήνα, 1 στην οδό Μακρυγιάννη 88 Κηφισσος, 1 στην Μεταμόρφωση Αττικής, 1 στο Δασύλλιο Πάτρας και 1 στην Πυλαία Θεσσαλονίκης.

Η συνολική αξία κτήσεως του τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού της εταιρίας ανέρχεται σε 954.5 εκατ. ευρώ περίπου και έχει αυξηθεί σταδιακά από το 1992, για να επιτρέψει στο δίκτυο να καλύπτει τον αυξανόμενο αριθμό πελατών προσφέροντας υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Το 40% περίπου του τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού της εταιρίας είναι κατασκευασμένο από την Σουηδική εταιρία ERICSSON, το 20% περίπου από την Γερμανική SIEMENS, ενώ το υπόλοιπο από διάφορους προμηθευτές.

10.7. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η Panafon-Vodafone η εταιρία που από την αρχή της λειτουργίας της είχε χαράξει μία ιδιαίτερα επιτυχημένη διαδρομή στο χώρο των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα πέρασε σε μια νέα εποχή με την αλλαγή της εμπορικής της επωνυμίας σε Vodafone. Η συγκεκριμένη αλλαγή, ένα χρόνο μετά την υιοθεσία της διπλής ονομασίας που εισήγαγε σταδιακά το brand Vodafone στην Ελληνική αγορά και στη συνείδηση των καταναλωτών, πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τη παγκόσμια στρατηγική της Vodafone που στοχεύει μέχρι το 2004 το brand της να συμπεριλαμβάνεται στα 10 πιο αναγνωρίσιμα στον κόσμο.

Στόχος της εταιρίας είναι η μετεξέλιξη της σε εταιρία παροχής ολοκληρωμένων επικοινωνιακών λύσεων και κινητών πολυμέσων σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις και τις τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό θα επιτευχθεί κυρίως:

1. Μέσω της κύριας επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας (αυξάνοντας τη χρήση και διευρύνοντας την πελατειακή της βάση).
2. Μέσω της αξιοποίησης νέων πεδίων επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως η μετάδοση δεδομένων και το Internet.
3. Με την ισχυροποίηση της δομής του ομίλου και την επέκτασή του στις διεθνείς αγορές
4. Με την αξιοποίηση των συνεργιών στο πλαίσιο του Ομίλου της Vodafone Group Plc.

Η εταιρία συμμετέχοντας στην παγκόσμια επιχειρηματική κίνηση της Vodafone, εγκαινίασε την αλυσίδα καταστημάτων Vodafone στη χώρα μας με στόχο στο τέλος του 2002 να υπάρχουν 200 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα. Τα καταστήματα λειτουργούν υπό το καθεστώς του franchise και προέρχονται από: το άνοιγμα νέων καταστημάτων από επιλεγμένους συνεργάτες σε συγκεκριμένες περιοχές, την ένταξη στην αλυσίδα επιλεγμένων υπάρχοντων καταστημάτων των πλέον δυναμικών συνεργατών και την σταδιακή μετατροπή των καταστημάτων e-motion και Tetoma com σε Vodafone. Σκοπός της εταιρίας είναι τα καταστήματα Vodafone να κατακτήσουν ηγετική θέση στον κλάδο των λιανικών πωλήσεων κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα προσφέροντας:

- ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση στον καταναλωτή
- μοναδική τεχνογνωσία στις νέες τεχνολογίες, προϊόντα & υπηρεσίες
- ανταγωνιστικές τιμές & αποκλειστικές προσφορές

Η αλυσίδα καταστημάτων Vodafone είναι εύκολα αναγνωρίσιμη από το καταναλωτικό κοινό χάρη στον ενιαίο και ξεχωριστό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό της. Σε ειδικά διαμορφωμένα σημεία των καταστημάτων παρέχεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να αποκτήσουν τις πιστωτικές κάρτες Citibank Visa Vodafone και Diners Vodafone, οι οποίες παρέχουν πληθώρα προνομίων, συμπεριλαμβανομένων και εκπτώσεων στους κατόχους τους.

Η Vodafone (Greece) αντιλήφθηκε πολύ νωρίς την ανάγκη άμεσης πρόσβασης σε όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες της και ακολουθώντας την πρακτική της βρετανικής μητρικής της επιχείρησης να απορροφήσει όσο το δυνατόν περισσότερους εμπορικούς αντιπροσώπους.

Στα πλαίσια αυτά η εταιρία ολοκλήρωσε την συγχώνευση της με την Unifon και την Parnafon Εμπορική, δια της απορρόφησης των δυο τελευταίων, γεγονός που εξασφάλισε στην Vodafone (Greece), μεταξύ άλλων, απευθείας πρόσβαση σε περισσότερο από το 66% της πελατειακής της βάσης. Επίσης η συμφωνία εξαγοράς της εταιρίας Ideal Telecom στοχεύει στην από κοινού ανάπτυξη στον τομέα data communications ενώ ήδη η Vodafone (Greece) εγκαινίασε την πρώτη πιλοτική παροχή υπηρεσιών με την χρήση της τεχνολογίας LMDS (Local MultiPoint Distribution System). Η εταιρία έλαβε άδεια σταθερής ασύρματης τηλεφωνίας στο εύρος συχνότητας των 25GHz που της επιτρέπει να προσφέρει ολοκληρωμένες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες στους εταιρικούς της πελάτες μέσω της εφαρμογής χώρου ενιαίας εξυπηρέτησης (one-stop-shop), αξιοποιώντας όλα τα πλεονεκτήματα της απελευθερωμένης ελληνικής τηλεπικοινωνιακής αγοράς.

Η συμμετοχή με ποσοστό 30% στην υπό ίδρυση εταιρία "Business Exchanges S.A." που δραστηριοποιείται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και συμμετέχουν η τράπεζα EFG EUROBANK ERGASIAS και η HELLAS ON LINE δημιουργεί νέα δεδομένα στην παροχή υπηρεσιών Business to Business και στη δημιουργία Electronic Marketplaces. Στην ηλεκτρονική αγορά της Business Exchanges, μέχρι το τέλος του 2002, υπολογίζεται ότι θα συναλλάσσονται 2.600 χρήστες από 180 επιχειρήσεις οι οποίες προέρχονται από διάφορους τομείς της ελληνικής οικονομίας.

Σε συνεργασία με τον Όμιλο Vodafone Plc, μέσω της κοινοπραξίας Vodafone International Holdings BV, η Vodafone (Greece) αναδείχθηκε σε πλειοδότη εταιρία για την απόκτηση της δεύτερης άδειας GSM στην Αλβανία, προσφέροντας 38 εκατομμύρια δολάρια. Η μεγάλη επιτυχία που πραγματοποίησε με τη ίδρυση της

Vodafone Albania Sha αποτελεί ένα ακόμα βήμα στο πλαίσιο της στρατηγικής της για διεθνή επέκταση στα Βαλκάνια σε μια αγορά κινητών τηλεπικοινωνιών η οποία προσφέρει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης (βλέπε 10.11.).

Με σκοπό την ισχυροποίηση του Ομίλου Vodafone (Greece), οι διοικήσεις των εταιριών Vodafone (Greece) και NextNet έχουν ήδη ανακοινώσει και εγκρίνει τη πρόθεση συγχώνευσης, με απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη. Στην στρατηγική αυτή εντάσσεται και η ενίσχυση της συνεργασίας της με την ΒΙΑΦΟΝ ΑΕ. η οποία θα ενεργεί ως Master Dealer και Master Franchisee του δικτύου της Vodafone στην Ελλάδα. Με την ολοκλήρωση της επιχειρηματικής αυτής κίνησης η Vodafone θα έχει πλέον άμεση πρόσβαση στο 85% περίπου της συνδρομητικής της βάσης, ισχυροποιώντας ακόμη περισσότερο την εμπορική της παρουσία στην ελληνική αγορά και επιτυγχάνοντας παράλληλα σημαντικές συνέργειες.

Η εταιρία τέλος μέσω της συμμετοχής της στην Vizzavi Hellas έχει ως σκοπό την διάδοση & χρήση υπηρεσιών δεδομένων στην κινητή τηλεφωνία και την επιτυχή εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρουσιάζονται με την εφαρμογή της τεχνολογίας GPRS. Η διάθεση του συστήματος GPRS από το δίκτυο της Vodafone (Greece) (που απέκτησε έναντι του ποσού τω€176,4 εκατ.) δίνει στους συνδρομητές τη δυνατότητα να απολαμβάνουν υπηρεσίες και προνόμια με υψηλότερες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων που θα μπορούσαν να ξεπεράσουν τα 100 Kbps, συγκριτικά με τα 9.6 Kbps που επιτυγχάνονταν μέχρι σήμερα.

Η ενοποίηση του δικτύου καθώς και η πιο άμεση πρόσβαση της Vodafone (Greece) στους πελάτες της επιτρέπει την αποτελεσματικότερη εφαρμογή συστημάτων CRM (Customer Relationship Management), με στόχο την ελαχιστοποίηση του αριθμού αποσυνδέσεων, την διατήρηση της υγιούς πελατειακής βάσης και την αύξηση του αεροχρόνου.

Το νέο ενοποιημένο σχήμα στο οποίο προανατολίζεται η εταιρία θα έχει ενισχυμένα αποτελέσματα όπως :

- Επίτευξη οικονομιών κλίμακας, καθώς και ισχυρότερη κεφαλαιακή διάρθρωση για την υλοποίηση του επενδυτικού του προγράμματος.
- Ενίσχυση της αποτελεσματικότητας του management μέσα από την ενιαία διοίκηση και την αξιοποίηση της εξαιρετικής ποιότητας στελεχών των συγχωνευομένων εταιριών.
- Αναδιάρθρωση του εμπορικού κόστους, απελευθερώνοντας πόρους αναγκαίους για την εφαρμογή μιας ακόμα πιο αποτελεσματικής εμπορικής πολιτικής που θα ανταποκρίνεται στις παρούσες συνθήκες ανταγωνισμού.
- Ενίσχυση της προσέλκυσης νέων πελατών στο δίκτυο της Panafon-Vodafone, αυξάνοντας το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών της καθώς και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών.

Το πρόγραμμα επενδύσεων της εταιρίας παραμένει ισχυρό για τα επόμενα χρόνια με στόχο ο δείκτης επενδύσεις / έσοδα να κυμανθεί σε ποσοστό μικρότερο του 15% (από 21% τον Μάρτιο 2002), ενισχύοντας έτσι τις μελλοντικές ταμειακές ροές της. Τα επόμενα δυο χρόνια οι επενδύσεις υποδομής θα κυμανθούν περίπου στα € 200 εκατ. προκειμένου να καλύψουν κυρίως ανάγκες βελτίωσης της ποιότητας και κάλυψης του δικτύου, αλλά και ενίσχυσης του δικτύου κορμού με οπτική ίνα. Οι επενδύσεις για το δίκτυο 3^{ης} γενιάς θα ξεκινήσουν κατά το τέλος του 2003 και

αναμένεται να απορροφήσουν περίπου 600 εκατ. την επόμενη πενταετία, σύμφωνα με τις μέχρι τώρα εκτιμήσεις της εταιρίας.

10.8. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ – ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Η Vodafone (Greece) ακολουθώντας την στρατηγική του Ομίλου Vodafone έχει υιοθετήσει ένα δομημένο μοντέλο διοίκησης προσαρμοσμένο στις ιδιαιτερότητες που απορρέουν από την φύση των υπηρεσιών που παρέχει και το ανταγωνιστικό περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Με βάση αυτό κάθε διευθυντικό τμήμα της εταιρίας είναι υπεύθυνο για την πλήρη εφαρμογή των αρχών και των κανόνων λειτουργίας που θεσπίζει ανεξάρτητα η Διοίκηση του. Οι κύριες αρμοδιότητες των λειτουργικών τμημάτων από τις οποίες αποτελείται το οργανωτικό σχήμα της εταιρίας είναι διανεμημένες έτσι ώστε με τον σωστό συνδυασμό τους να επιτυγχάνετε ο αντικειμενικός στόχος της επιχείρησης για :

- δυναμική εμπορική πολιτική
- κερδοφόρο ανάπτυξη
- προσφορά αξίας στους μετόχους της

Η εταιρία αξιολογεί την απόδοση της συστηματικά και σε ετήσια βάση με σκοπό να εστιάσει και στην συνέχεια να βελτιώσει τις περιοχές εκείνες από τις οποίες θα μπορούσαν να προκύψουν στρατηγικά οφέλη (Self Assessment). Προσηλωμένη στους στόχους της για κερδοφόρο ανάπτυξη, εστιάζει της ενέργειες της στην αύξηση της χρήσης που προκύπτει από την υιοθέτηση ορθολογικής εμπορικής στρατηγικής διατήρησης και προσέλκυσης πελατών καθώς και από την προσφορά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας.

Τον Μάιο του 2001 η Vodafone (Greece), μετά από αξιολόγηση της από ανεξάρτητους αξιολογητές του EFQM, έλαβε τη διάκριση "Αναγνώριση στην Επιχειρηματική Τελειότητα" (Recognized for Excellence in Europe). Επίσης τον Μάρτιο του 2002 η πρώην Panafon Services, έλαβε διάκριση από τον EFQM και την ΕΕΔΕ (Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Επιχειρήσεων) ως προς τη "Δέσμευση στην Επιχειρηματική Τελειότητα" (Committed to Excellence). (16),(17)

ΤΜΗΜΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Στην εταιρία λειτουργεί τμήμα εσωτερικού ελέγχου (17), βασική αρμοδιότητα του οποίου είναι, η παροχή προς το Διοικητικό Συμβούλιο και την Διοίκηση της εταιρίας ανεξάρτητης και αντικειμενικής διασφάλισης επί της αποτελεσματικότητας των μηχανισμών διαχείρισης επιχειρηματικών κινδύνων της εταιρίας (Risk Management). Ο εσωτερικός έλεγχος μέσω της παροχής συμβουλευτικού χαρακτήρα γνώσης και εμπειρίας προσφέρει βελτιωμένη επιχειρηματική απόδοση σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας ενός οργανισμού. Αναγνωρίζει τις περιοχές εκείνες όπου υπάρχει έλλειψη μηχανισμών έγκυρης αναγνώρισης και πρόληψης επιχειρηματικών κινδύνων, και υπάρχουν τα περιθώρια για μια πιο αποτελεσματική διαχείριση και κάνει προτάσεις και συστάσεις για βελτιστοποίηση των διαδικασιών των περιοχών αυτών.

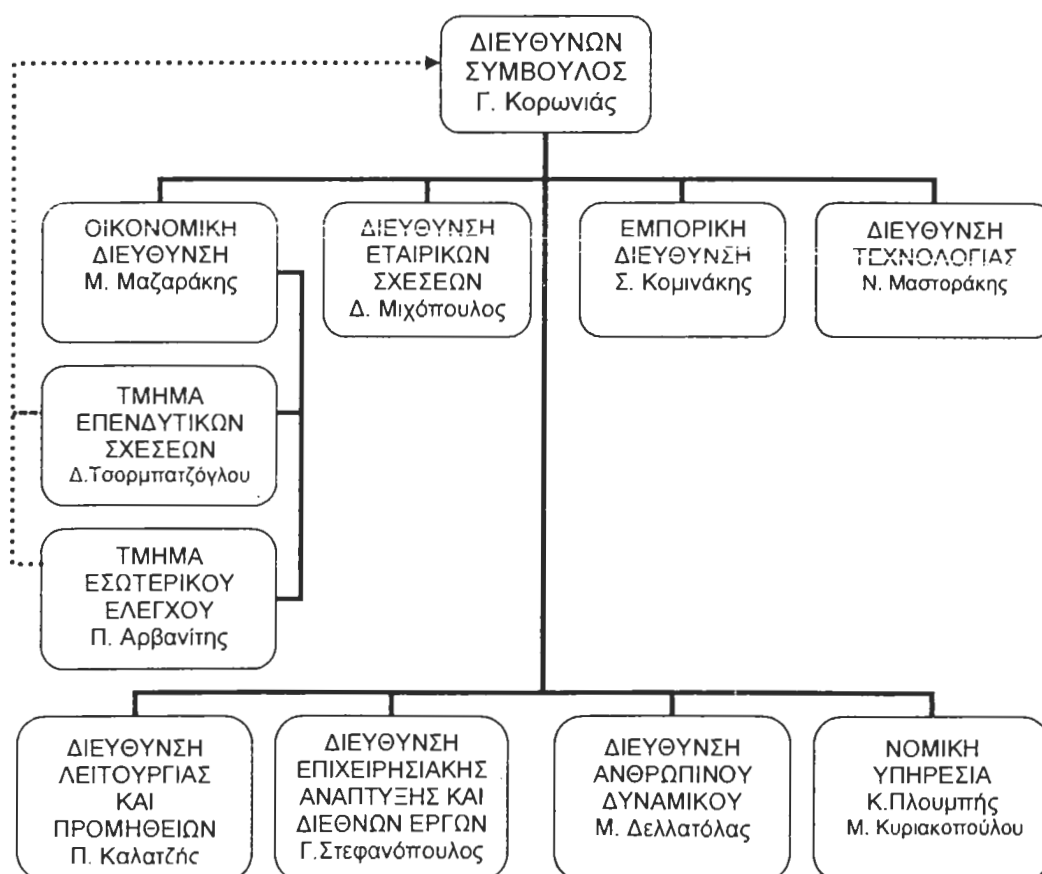
Οργανωτική Δομή

Το νέο οικονομικό περιβάλλον, οι νέες τεχνολογίες και οι αυξανόμενες απαιτήσεις των χρηστών απαιτούν απ' όλους τους εμπλεκόμενους στο χώρο των τηλεπικοινωνιών νέες προσεγγίσεις και νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Στα πλαίσια απελευθέρωσης της τηλεπικοινωνιακής αγοράς και με όραμα την παροχή ολοκληρωμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών η Vodafone (Greece) σχεδίασε και εφάρμοσε μια σύγχρονη οργανωτική δομή με βάση δέκα βασικών λειτουργικών διευθύνσεων :

1. Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες
 - Οικονομικός Έλεγχος
 - Οικονομική Ανάλυση
 - Διαχείριση Κεφαλαιακής Διάρθρωσης
 - Διαχείριση Κινδύνων
2. Επενδυτικών Σχέσεων με κυρίες αρμοδιότητες
 - Διαχείριση Επικοινωνίας με την Επενδυτική Κοινότητα και τα Χρηματιστήρια Αθηνών και Λονδίνου
 - Διαχείριση Μετοχολογίου και Προβολή Βασικών Μετόχων
 - Σύntαξη Ετήσιου Απολογισμού και Ενημερωτικών Δελτίων
 - Διοργάνωση Παρουσιάσεων (Conference Calls-Video Conference- Open Days).
3. Εταιρικών Σχέσεων με κύριες αρμοδιότητες
 - Αξιολόγηση Συνεργειών
 - Εκτίμηση Εξαγορών και Συγχωνεύσεων
 - Διαχείριση Εταιρικής Ταυτότητας
 - Δημόσιες Σχέσεις
4. Εμπορικών Υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες
 - Διεξαγωγή Ερευνών και Ανάλυση Προβλέψεων
 - Ανάπτυξη Νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών
 - Προώθηση Προϊόντων και Υπηρεσιών
 - Διασφάλιση Ποιότητας Προϊόντων και Υπηρεσιών
5. Τεχνολογικών Υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες
 - Ανάπτυξη Νέων Τεχνολογιών
 - Αναβάθμιση Υλικού και Λογισμικού
 - Στρατηγική τεχνολογίας πληροφορικής
 - Επίβλεψη και Συντήρηση Δικτύου
 - Αποκατάσταση Βλαβών (Network Management)
 - Διασφάλιση Ποιότητας Δικτύου
6. Εσωτερικού Ελέγχου με κύριες αρμοδιότητες
 - Γενικός και Οικονομικός Έλεγχος
 - Έλεγχος Συστημάτων
 - Έλεγχος Διαδικασιών
7. Λειτουργίας και Προμηθειών με κύριες αρμοδιότητες
 - Απαιτήσεις Υποδομής

- Προτεραιότητες Επενδύσεων
 - Επιλογή Προμηθευτή Εξοπλισμού
 - Προμήθεια Τεχνολογικού Εξοπλισμού
8. Επιχειρησιακής Ανάπτυξης και Διεθνών Έργων με κύριες αρμοδιότητες
- Ανάπτυξη σε Διεθνείς Αγορές
 - Επιχειρησιακός Σχεδιασμός
9. Ανθρώπινου δυναμικού με κύριες αρμοδιότητες
- Διεξαγωγή και Ανάλυση Ερευνών
 - Αξιολόγηση και Επιβράβευση Στελεχών
 - Σχεδιασμό και Ανάπτυξη Καριέρας Στελεχών
 - Εκπαίδευση και Διαχείριση Γνώσης Στελεχών
10. Νομικών Υπηρεσιών με κύριες αρμοδιότητες
- Νομικά Θέματα
 - Δικαστικές Υποθέσεις

Οργανόγραμμα



*πηγή (17)

10.9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Διοικητικό Συμβούλιο

Σύμφωνα με το Καταστατικό της Εταιρίας, το Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζεται από 3 (το ελάχιστο) έως 11 (το μέγιστο) μέλη τα οποία εκλέγονται για περίοδο 5 ετών (πίνακας 4). Το παρόν Διοικητικό Συμβούλιο έχει εκλεγεί με την από 4/4/2001 Έκτακτη Γενική Συνέλευση των μετόχων για πενταετή θητεία του λήγει την 3/4/2006, συγκροτήθηκε σε σώμα με την από 4.4.2001 συνεδρίαση του Δ.Σ. και έχει την ακόλουθη σύνθεση:

Όνοματεπώνυμο	Θέση στο Δ.Σ.
Σωκράτης Π. Κόκκαλης	Πρόεδρος
Γεώργιος Ι. Κορωνιάς	Αντιπρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος
Vittorio A. Colao	Μέλος
Hans Anthony Kuropatwa	Μέλος
Emanuel Tournon	Μέλος
Paolo Huscher	Μέλος
Pietro Guindani	Μέλος

πίνακας (4)

*πηγή (17)

Ανώτατα Διευθυντικά Στελέχη

Ο ακόλουθος πίνακας (5) παρουσιάζει τα ονόματα και τις θέσεις των ανωτάτων διευθυντικών στελεχών της Εταιρίας.

Όνοματεπώνυμο	Θέση
Γιώργος Ι. Κορωνιάς	Διευθύνων Σύμβουλος (CEO)
Γιώργος Χ. Στεφανόπουλος	Διευθυντής Επιχειρησιακής και Διεθνούς Ανάπτυξης
Πολύβιος Γ. Καλαντζής	Διευθυντής Διοίκησης Έργων και Προμηθειών
Χαράλαμπος Γ. Μαζαράκης	Οικονομικός Διευθυντής (CFO)
Σωκράτης Κορινάκης	Εμπορικός Διευθυντής
Μάριος Δελλατόλας	Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού Ομίλου
Νικόλαος Σ. Μαστοράκης	Διευθυντής Τεχνολογίας
Δήμητρα Τσορμπατζόγλου	Διευθύντρια Επενδυτικών Σχέσεων
Δημήτρης Μιχόπουλος	Διευθυντής Εταιρικών Σχέσεων
Παναγιώτης Αρβανίτης	Διευθυντής Εσωτερικού Ελέγχου
Κωνσταντίνος Πλούμης Μιχαέλα Κυριακοπούλου	Νομικοί Σύμβουλοι

πίνακας (5)

*πηγή (17)

Όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και τα στελέχη της Διευθύνσεως έχουν Ελληνική Υπηκοότητα, έκτος των κ.κ EMANUELE TOURNON, VITTORIO COLLAO, PIETRO GUINDANI, PAOLO HUSCHER και ROBERTO LARocca οι οποίοι έχουν Ιταλική καταγωγή. Μεταξύ των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου και τα Διευθυντικών Στελεχών της εταιρίας δεν υφίστανται συγγενικές σχέσεις μέχρι και τον δεύτερο βαθμό εξ αγχιστείας (σύζυγος, τέκνο, γονέας, αδελφός είτε του μέλους του Δ.Σ., είτε της συζύγου του). Όλα τα μέλη του Δ.Σ. έχουν διεύθυνση επικοινωνίας: Λ.Κηφισίας 44, 15125 Μαρούσι.

Σημειώνετε ότι τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και τα στελέχη της Διευθύνσεως δεν έχουν καταδικασθεί τελεσίδικα για ατιμωτικές πράξεις οικονομικά εγκλήματα ή είναι αναμειγμένα σε δικαστικές εκκρεμότητες που αφορούν σε πτώχευση, εγκληματική πράξη και απαγόρευση άσκησης :

- επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- χρηματιστηριακών συναλλαγών.
- επαγγέλματος ως σύμβουλος επενδύσεων, διευθυντικό στέλεχος τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών, ανάδοχος έκδοσης, στέλεχος χρηματιστηριακών εταιριών.

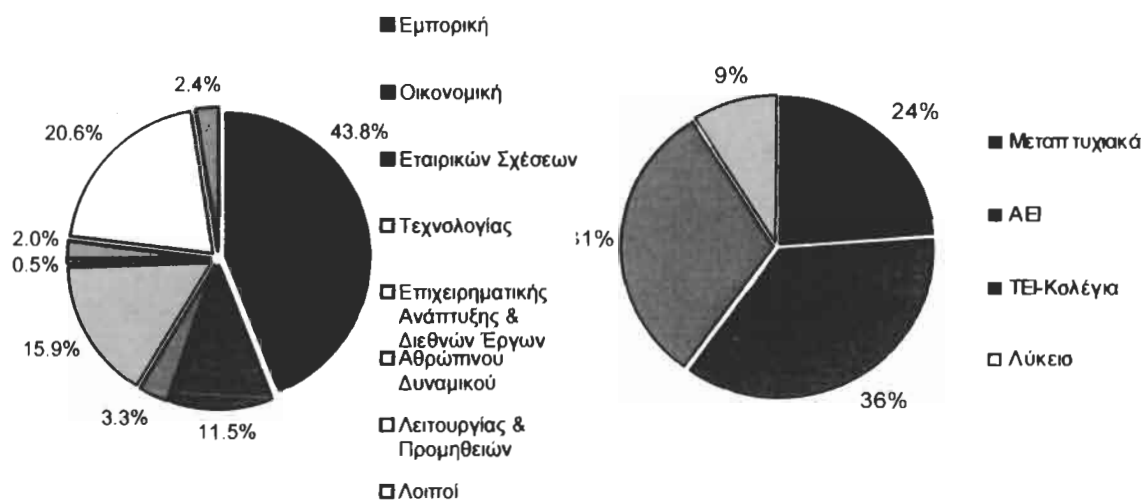
10.10. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Η Vodafone (Greece) διαρκώς ενισχύει τη συμμετοχή των στελεχών της (17), τόσο στην διαμόρφωση των στρατηγικών στόχων, όσο και στον καθορισμό των εργασιακών θεμάτων, με σκοπό την αξιοποίηση των γνώσεων τους και την ανάπτυξη αμοιβαίας εμπιστοσύνης. Παράλληλα προσπαθεί να επιτύχει τον αρμονικό συνδυασμό των ατομικών με τους εταιρικούς στόχους, έχοντας ως βασική επιδίωξη τη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ της επαγγελματικής και ιδιωτικής ζωής των ανθρώπων της.

Επενδύοντας σημαντικά στο προσωπικό της μέσω προγραμμάτων εκπαίδευσης και ανάπτυξης, επιβραβεύσεις παραγωγικότητας και άλλων μεθόδων, η Vodafone (Greece) έχει καταφέρει να αναπτύξει και να διαθέτει τους κατάλληλους ανθρώπους στην κατάλληλη θέση ώστε να επιτυγχάνει τους στόχους της.

Το **Σύστημα Επιβράβευσης** της εταιρίας είναι βασισμένο σε κριτήρια απόδοσης. Η εταιρία παρέχει ανταγωνιστικό πακέτο αμοιβών και παροχών, άριστες συνθήκες εργασίας και δυνατότητες επαγγελματικής εξέλιξης , τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Η αφοσίωση του προσωπικού της διαπιστώνεται μέσω ερευνών που διεξάγονται εσωτερικά με τη συμμετοχή των εργαζομένων. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ιδιότητες των ανθρώπων της που κρίνονται άκρως απαραίτητα για την επιτυχία της εταιρίας αξιολογούνται και βελτιώνονται συνεχώς μέσω του **Συστήματος Διοίκησης της Απόδοσης** της Εταιρίας ενώ οι μελλοντικές ανάγκες εκπαίδευσης προκύπτουν από τις αναλύσεις και τις έρευνες που γίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Η Vodafone (Greece) ως εταιρία εξειδικευμένης γνώσης, προσελκύει επαγγελματίες από διάφορες τεχνολογικές κατευθύνσεις καθώς επίσης από εμπορικούς και διοικητικούς τομείς. Η εταιρία επενδύει στη μακροχρόνια ανάπτυξη των ανθρώπων της επικεντρώνοντας όμως την προσοχή της στα απτά και ορατά αποτελέσματα σε καθημερινή βάση. Το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρίας κατανέμεται με βάση τις διευθύνσεις και το μορφωτικό επίπεδο ως εξής:



διάγραμμα (7)

*πηγή (17)

Η Διεύθυνση ανθρώπινου δυναμικού καθορίζει το γενικότερο πλαίσιο για την αποτελεσματική διαχείριση των εργαζομένων της εταιρίας. Στελεχωμένη από έμπειρους και υψηλά καταρτισμένους επαγγελματίες, κατατάσσεται μεταξύ των καλύτερων αντίστοιχων διευθύνσεων στην Ελλάδα, ενώ τα συστήματα που εφαρμόζει εναρμονίζονται πλήρως με τις αντίστοιχες πρακτικές του Ομίλου Vodafone.

Στον πίνακα (6) που ακολουθεί παρουσιάζετε η εξέλιξη του μέσου όρου του προσωπικού της Vodafone (Greece) όπως υπολογίζετε και παρατίθεται στα προσαρτήματα της εταιρίας .

ΕΤΗ	1999	2000	2001	2002
ΜΕΣΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	677	1.028	1.892*	2500

πίνακας (6)

*πηγή (17),18)

* Στις 31 Μαρτίου 2001, η εταιρία και οι θυγατρικές της Panafon Emporiki και Panafon Services απασχολούσαν συνολικά 1.678 άτομα ως μόνιμο προσωπικό

10.11. ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής για επέκταση στην αναπτυσσόμενη περιοχή των Βαλκανίων, το Φεβρουάριο του 2001, η Vodafone (Greece) σημείωσε μια μεγάλη επιχειρηματική επιτυχία κερδίζοντας τη δεύτερη άδεια κινητής τηλεφωνίας GSM στην Αλβανία. Η έναρξη λειτουργίας της Vodafone Albania Sha πραγματοποιήθηκε σε διάστημα μικρότερο των έξι μηνών (Αύγουστος 2001) από την στιγμή που έλαβε την σχετική άδεια από την κυβέρνηση της Αλβανίας. Το management και η ευθύνη υλοποίησης των υποχρεώσεων που απέρρεαν από την άδεια, ανατέθηκε σε στελέχη της εταιρίας, υπεύθυνα για την επιτυχή εμπορική δραστηριότητα της εταιρίας.

Οι επενδύσεις για την ανάπτυξη του δικτύου έως τον Μάρτιο του 2002 έφτασαν τα €60,4 εκατ. και σε διάστημα μόλις 8 μηνών η εταιρία ανακοίνωσε 169.482 συνδρομητές με μερίδιο αγοράς 35,9%, καλύπτοντας το 65% του πληθυσμού. Η κάλυψη αναμένεται να φτάσει το 90% μέχρι τον Μάρτιο του 2003.

Στο μετοχικό σχήμα της Vodafone Albania Sha συμμετέχουν ο Όμιλος Vodafone με 51% και η Vodafone (Greece) με 49%. Η Vodafone Albania Sha αξιοποιώντας τη γνώση και την ειδικευση τόσο της Vodafone (Greece) όσο και γενικότερα του Ομίλου Vodafone, προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου στην τοπική αγορά της Αλβανίας. Προσφέρει προγράμματα κινητής τηλεφωνίας με συμβόλαιο και καρτοκινητή τηλεφωνία με δυνατότητα περιαγωγής σε 49 χώρες και 83 δίκτυα σε όλο τον κόσμο. Μεγάλη έμφαση λόγω της ιδιαιτερότητας της τοπικής αγοράς έχει δοθεί στα προγράμματα καρτοκινητής τηλεφωνίας. Για τον σκοπό αυτό η εταιρία προχώρησε στην εμπορική διάθεση της Vodafone Card που διακρίνεται για τον πρωτότυπο σχεδιασμό της αλλά και την ποικιλία υπηρεσιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Vodafone Albania Sha διαθέτει άρτια, εξοπλισμένο Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών που λειτουργεί όλο το 24ωρο, με άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό.

Η Vodafone Αλβανίας αποτελεί τη μεγαλύτερη προσπάθεια που αναλαμβάνει η Vodafone (Greece) στις διεθνείς αγορές καθώς για πρώτη φορά μεταφέρει το σύνολο της τεχνογνωσίας που διαθέτει για τη δημιουργία από το μηδέν μιας νέας εταιρίας κινητής τηλεφωνίας σε άλλη χώρα. Αναλαμβάνει δηλαδή την δημιουργία ενός ολόκληρου δικτύου για την εμπορική αξιοποίηση του, ενώ η κίνηση αυτή αποτελεί το εφιαλτήριο για την επέκταση της δραστηριότητας της εταιρίας και σε άλλες χώρες.

Η επένδυση του Ομίλου Vodafone στην Αλβανία θα πλησιάσει την επόμενη τετραετία τα €300 εκατ. και θα περιλαμβάνει την ανάπτυξη δικτύου και υπηρεσιών GSM. Πρόκειται για την μεγαλύτερη ιδιωτική επένδυση που γίνεται στην Αλβανία, ενώ παράλληλα, η κινητή τηλεφωνία αναδεικνύεται ως ο πρώτος κλάδος σε σημασία για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Αυτή η εξέλιξη θα εκφραστεί στο ΑΕΠ της Αλβανίας, στο οποίο η κινητή τηλεφωνία αναμένεται να καλύπτει το 2%, ενώ μπορεί να φτάσει μέχρι και το 5% στα επόμενα χρόνια.

10.12. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η Vodafone (Greece) λειτουργώντας σε αυτά τα πλαίσια δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα κοινωνικής ευαισθησίας, πολιτισμού και περιβάλλοντος προσφέροντας έργο σε τομείς που άπτονται καίριων κοινωνικών θεμάτων. Αναπτύσσει έντονη δραστηριότητα με πλήθος ενεργειών έχοντας ως στόχο την ενίσχυση των προσπάθειών που αναπτύσσουν οι κοινωνικοί φορείς και η πολιτεία. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Η δημιουργία πολύπλευρου προγράμματος που απευθύνεται στον πνευματικό και ψυχικό κόσμο των παιδιών όπως αυτό εκφράστηκε με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός εκπαιδευτικού βιωματικού πάρκου, του Μικρόκοσμου ΠΑΜΜΑΚΑΡΙΣΤΟΣ VODAFONE στις εγκαταστάσεις του κοινωφελούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ιδρύματος "Παμμακάριστος" στην Νέα Μάκρη Αττικής.
- Η οικονομική ενίσχυση του πρώτου εκθέματος εικονικής πραγματικότητας με τίτλο "Μαγική Οθόνη" που φιλοξενείται στο ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού με στόχο την αναβάθμιση της Ελληνικής παιδείας.
- Η δωρεά 110 ηλεκτρονικών υπολογιστών σε σχολεία δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης όλης της χώρας σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων.
- Η έμπρακτη απόδειξη ευαισθησίας προς τις κοινωνικά αδύναμες ομάδες με την προσφορά χρημάτων για την αγορά ή εκτύπωση Χριστουγεννιάτικων καρτών στο Θεραπευτήριο Χρόνιων Παθήσεων του Αγ. Ανδρέα στη Ρόδο.
- Η έναρξη ενός πολυδιάστατου επικοινωνιακού προγράμματος δράσης για την προστασία των Ελληνικών δασών με τίτλο "Το δάσος με αφορά" σε συνεργασία με το WWF Ελλάς (Παγκόσμιο ταμείο για την φύση) τη μεγαλύτερη στο κόσμο μη κρατική, μη κερδοσκοπική οργάνωση για την προστασία του περιβάλλοντος. Το Πρόγραμμα τιμήθηκε με το "Άριστείο για το περιβάλλον" στα "Άριστεία Κοινωνικής Προσφοράς 2001" του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ).

Η εταιρία αξιολογεί σε ετήσια βάση τις δραστηριότητες της με σκοπό την αναγνώριση και αναχαίτιση τυχόν επιπτώσεων που έχει στο περιβάλλον. Οι επιπτώσεις αυτές εμπίπτουν κυρίως στην κατανάλωση ενέργειας και στερεών αποβλήτων.

Σε συνεργασία με το ΚΑΠΕ (Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας) και ως μια από τις 54 εταιρίες μέλη του Ευρωπαϊκού προγράμματος Greenlight τηρεί προγράμματα:

- Εξοικονόμησης ενέργειας (ηλεκτρισμού) στις εγκαταστάσεις της από ψύξη / θέρμανση και φωτισμό.
- Εφαρμογής φωτοβολταϊκών συστημάτων.
- Επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης μπαταριών μολύβδου.
- Επαναχρησιμοποίησης ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού.
- Μείωσης χρήσης χαρτιού με χρήση συστημάτων πληροφορικής.
- Ανακύκλωσης αναλώσιμων υλικών και μελανωτών για εκτυπωτές. (17),(18)



11.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η COSMOTE ανήκει στον Όμιλο Εταιριών του Ο.Τ.Ε. (Όργανισμός Τηλεπικοινωνιών της Ελλάδος Α.Ε.). Με το Προεδρικό Διάταγμα Π.Δ. 437/1995, είχε χορηγηθεί στον ΟΤΕ το δικαίωμα για την εγκατάσταση, λειτουργία και εκμετάλλευση του δημοσίου τηλεπικοινωνιακού δικτύου και την παροχή φωνητικής τηλεφωνίας μέσω σταθερού δημοσίου τηλεπικοινωνιακού δικτύου. Το δικαίωμα αυτό ήταν αποκλειστικό μέχρι τις 31/12/2000. Από την 1/1/2001 η σταθερή τηλεφωνία έχει απελευθερωθεί. Ο ΟΤΕ επίσης δικαιούται να αναπτύξει όλες τις άλλες τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες που ορίζει ο Νόμος περί Τηλεπικοινωνιών. Ως κάτοχος Ειδικής Άδειας, τελεί υπό την εποπτεία της Ε.Ε.Τ.Τ. (Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων). Διαθέτει μία πληθώρα θυγατρικών εταιριών στην Ελλάδα που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον ευρύτερο τομέα των επικοινωνιών και παρέχει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας μέσω του δικτύου της COSMOTE.

Η COSMOTE ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1996 (ΦΕΚ 6719/3.10.96) με την επωνυμία "Κυψελοειδές Λειτουργικό Σύστημα Κινητών Τηλεπικοινωνιών Α.Ε." και έχει έδρα το Δήμο Αθηναίων, οδός Σταδίου 15. Τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας και οι διοικητικές της υπηρεσίες στεγάζονται στο Μαρούσι Αττικής, Λεωφ. Κηφισίας 44, 15125 Αθήνα, τηλ. 210-6177777. Η εταιρία είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών της Νομαρχίας Αθηνών με αριθμό ΜΑΕ 36581/06/Β/96/102. Η διάρκεια της εταιρίας ορίστηκε αρχικά σε 50 χρόνια. Η εταιρία μετονομάστηκε με απόφαση της τακτικής Γενικής Συνέλευσης της 02/06/1999 (ΦΕΚ 6180/28.7.99) και η σημερινή ακριβής επωνυμία της είναι "COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.". Η εταιρία χρησιμοποιεί το διακριτικό τίτλο "COSMOTE". (19)

Ο βασικός στόχος της COSMOTE είναι η αξιοποίηση κάθε συμφέρουσας ευκαιρίας στην αναπτυσσόμενη και εξελισσόμενη αγορά κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Η εταιρία με σκοπό την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών για την κάλυψη των διευρυμένων αναγκών των πελατών της έχει προβεί σε μια σειρά στρατηγικών επενδύσεων. Συγκεκριμένα με :

1. Την εξαγορά του 85% του μετοχικού κεφαλαίου της ALBANIAN MOBILE COMMUNICATIONS S.h.a. μέσω της Cosmo-Holding Albania που δραστηριοποιείται στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας.

2. Την συμμετοχή κατά 26% στο μετοχικό κεφάλαιο της CosmoONE HELLAS MARKET SITE που ίδρυσε από κοινού με την ΔΙΗΝΕΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε. και έχει ως αντικείμενο εργασιών την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου.

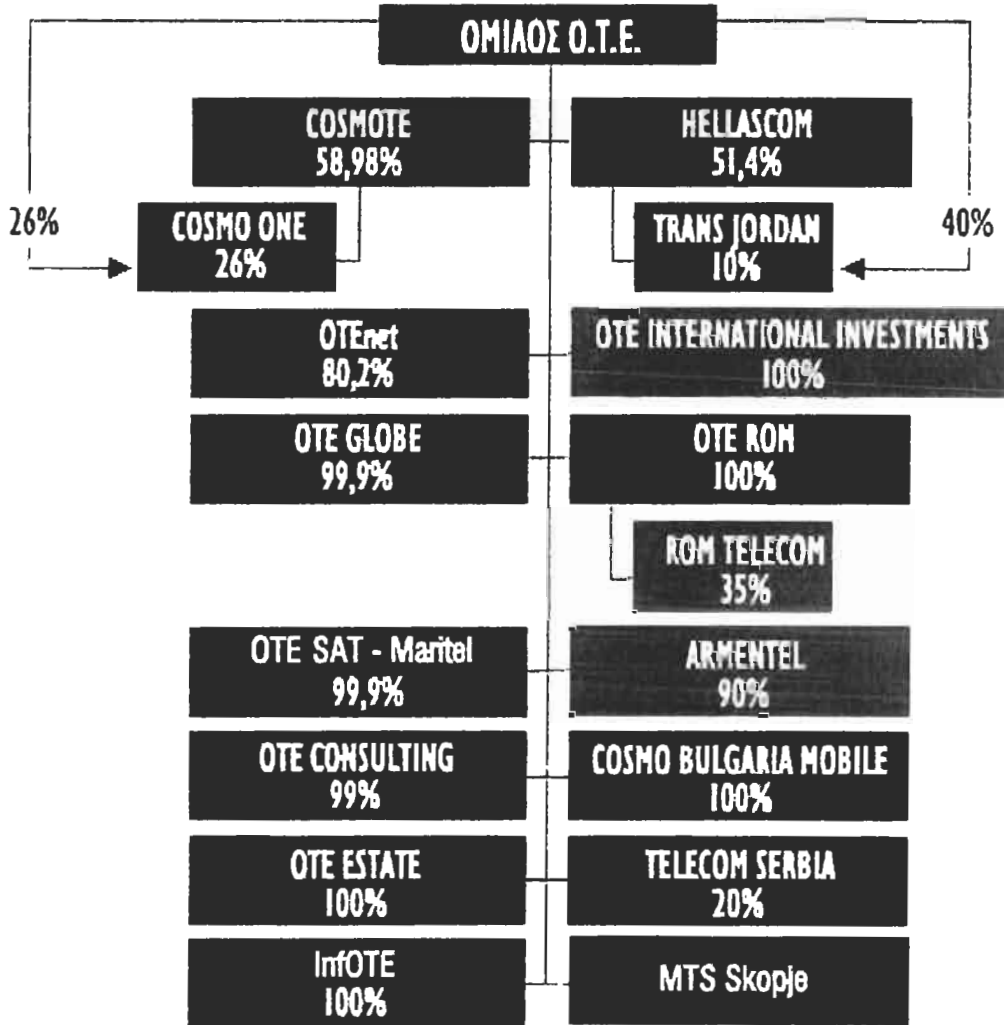
3. Την συμμετοχή της κατά 40% στην COSMO - ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε. με σκοπό την πώληση, μέσω του Διαδικτύου, CD, DVD, CD-ROM και

4. Την συνεργασία με την TELENOR B - INVEST A.S. (θυγατρική της Νορβηγικής εταιρίας τηλεπικοινωνιών TELENOR A.S), με σκοπό την ανάπτυξη τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών μέσω άμεσων ή έμμεσων συμμετοχών σε άλλες εταιρίες.

Η COSMOTE θεωρείται πρωταγωνιστής στο χώρο των κινητών επικοινωνιών στη χώρα μας και μια από τις πιο επιτυχημένες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας στην Ευρώπη παρά την σύντομη χρονικά εμπορική της λειτουργία (Απρίλιος 1998).

11.2. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Σήμερα ο Ο.Τ.Ε. είναι ένας από τους κορυφαίους Ομίλους εταιριών στην Ελλάδα και μεταξύ των πρώτων δέκα τηλεπικοινωνιακών οργανισμών της Ευρώπης. Εκτός από την χώρα μας δραστηριοποιείται κυρίως στις αγορές της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και της Μέσης Ανατολής με στόχο τη διεύρυνση της πελατειακής του βάσης και την εδραίωση της ισχυρής θέσης του Ομίλου στο χώρο των Ευρωπαϊκών επικοινωνιών.

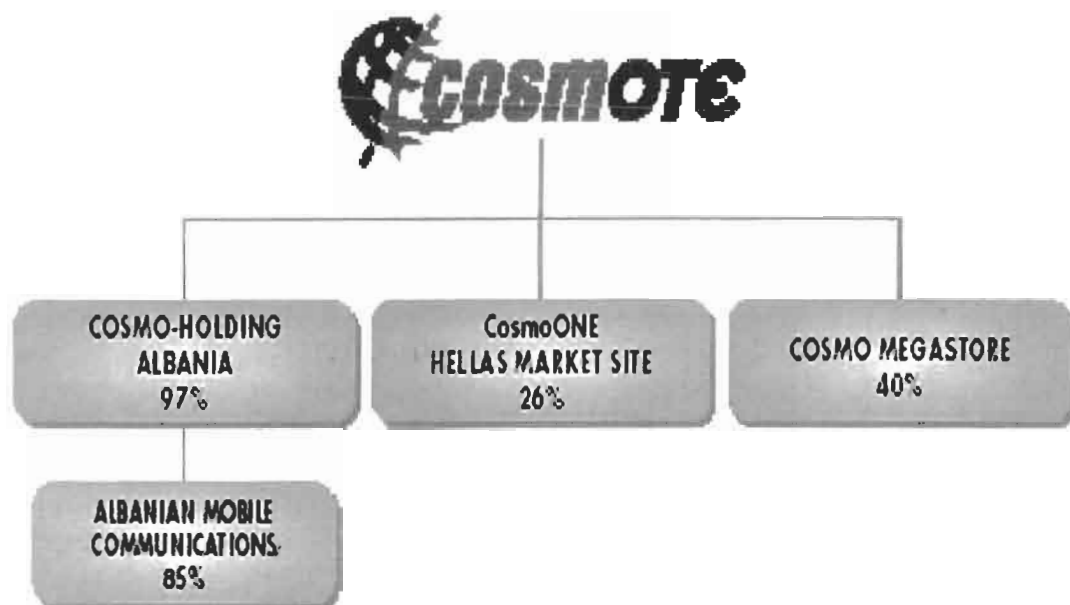


Διάγραμμα (8)

*πηγή (21) www.cosmote.gr

Ο Ο.Τ.Ε. παρέχει αστικές, υπεραστικές και διεθνής υπηρεσίες επικοινωνίας, σε ελληνικές και αλλοδαπές επιχειρήσεις, ιδιώτες και κρατικούς φορείς. Επιπλέον προσφέρει στους πελάτες του υπηρεσίες προηγμένης τεχνολογίας, καθώς και υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας μέσω της COSMOTE. Το όραμα της COSMOTE είναι να εδραιωθεί η κυριαρχία της σε συνδρομητές, ποιότητα υπηρεσιών και κερδοφορία ώστε να αναδειχθεί σε μια από τις καλύτερες εταιρίες του κλάδου σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και να συνεχίσει να παρέχει διαρκή αυξανόμενη αξία προς τους μετόχους της.

Αξιοποιώντας συμφέρουσες επενδυτικές ευκαιρίες η COSMOTE επεκτείνεται δημιουργώντας νέες πηγές εσόδων, συμμετέχοντας στο μετοχικό κεφάλαιο των παρακάτω εταιριών.



διάγραμμα (9)

*πηγή (21) www.cosmote.gr

11.3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ - ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Το Δίκτυο της εταιρίας λειτουργεί στην περιοχή των 1800 MHz (1760-1785 MHz και 1855-1880 MHz). Η εταιρία προσφέρει όλο το φάσμα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην τεχνολογία GSM 1800. Επίσης προσφέρει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας βάσει συμβολαίου και υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας, συμπεριλαμβανομένων και πολλών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, όπως η υπηρεσία προσωπικού τηλεφωνητή, υπηρεσία αποστολής και λήψης γραπτών μηνυμάτων (SMS), η εκτροπή και η αναγνώριση κλήσεων. Επίσης η εταιρία προσφέρει υπηρεσίες ενημέρωσης και ψυχαγωγίας (με πρόσβαση στο Διαδίκτυο) κάτω από την ομπρέλα υπηρεσιών της πύλης κινητών επικοινωνιών «MyCosmos». Από το πρώτο Τρίμηνο του 2001 έχει επεκτείνει τις δραστηριότητες και στις νέες υπηρεσίες GPRS, που παρέχουν την δυνατότητα μετάδοσης δεδομένων με υψηλές ταχύτητες και οι οποίες αποτελούν πρόδρομο των υπηρεσιών τρίτης γενιάς. Παράλληλα η εταιρία παρέχει στους πελάτες της να χρησιμοποιούν υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας στο εξωτερικό, σε 111 χώρες μέσω των 214 διεθνών συμφωνιών περιαγωγής (Roaming) που έχει συνάψει μέχρι τον Δεκέμβριο του 2000.

Η δραστηριότητα της Εταιρίας υπάγεται στον κλάδο «Τηλεπικοινωνίες», με κωδικό 624.0 της Στατιστικής Ταξινόμησης των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 91) της ΕΣΥΕ.

Σύμφωνα με το άρθρο 4 του καταστατικού, σκοπός της Εταιρίας είναι :

1. Η εγκατάσταση, λειτουργία, συντηρήσει, εκμετάλλευση, διαχείριση και ανάπτυξη κάθε είδους συστημάτων κινητής τηλεφωνίας και γενικώς κινητών και ασυρματικών τηλεπικοινωνιακών πάσης φύσεως, αποκαλούμενων στο εξής «συστήματα», σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.
2. Η προμήθεια και η διανομή του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται με τα συστήματα αυτά στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.
3. Ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη, η παραγωγή, προμήθεια, χρήση, πώληση, εκμίσθωση, μίσθωση, χρηματοδοτική μίσθωση και συντήρηση συστημάτων τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού, καθώς και η ανάληψη κάθε δραστηριότητας συναφούς προς τις κινητές τηλεπικοινωνίες.
4. Η εγκατάσταση και λειτουργία μονάδων για την υποστήριξη των «συστημάτων» στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.
5. Η ανάπτυξη, εκμετάλλευση, διαχείριση και παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και συναφών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό μέσω των «συστημάτων».
6. Η απόκτηση κυριότητας, ή δικαιωμάτων χρήσης, ή εκμετάλλευσης με αγορά, μίσθωση ή με άλλο τρόπο, ως και το δικαίωμα διάθεσης ή επιβολής βάρους επί : α) τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού και μέσων παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και β) κινητών ή ακινήτων περιουσιακών στοιχείων ή άλλων δικαιωμάτων, οπουδήποτε και αν βρίσκονται αυτά.
7. Η αντιπροσώπευση στην Ελλάδα και στο εξωτερικό συναφών προς τα συστήματα προϊόντων και υπηρεσιών.
8. Ο σχεδιασμός, ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση και η διάθεση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου. Η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου και κάθε άλλη συναφή προς το ηλεκτρονικό εμπόριο δραστηριότητα.
9. Η προμήθεια, διανομή και πώληση (εμπορία) παντός είδους προϊόντων που θα διαφημίζουν και θα προβάλλουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 και τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Εταιρίας.

Για την επίτευξη του σκοπού της η Εταιρία δύναται :

- Να συνάπτει παντός είδους συμβάσεις ή συμφωνίες με φυσικά ή νομικά πρόσωπα, οργανισμούς, εταιρίες, νομικά πρόσωπα Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου, κράτη ή διεθνείς οργανισμούς.
- Να ιδρύει κάθε είδους εταιρίες ή να συμμετέχει σε εταιρίες ή κοινοπραξίες ή επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής ημεδαπές ή αλλοδαπές που έχουν τον ίδιο ή παρεμφερή σκοπό ή προάγουν με οποιονδήποτε τρόπο το σκοπό της Εταιρίας.
- Να ιδρύει υποκαταστήματα, πρακτορεία, γραφεία ή αντιπροσωπείες οπουδήποτε, είτε στην ημεδαπή είτε στην αλλοδαπή.
- Να αντιπροσωπεύει σχετικούς με τους σκοπούς της Εταιρίας εμπορικούς οίκους ημεδαπούς ή αλλοδαπούς.
- Να παρέχει τεχνικές ή συμβουλευτικές εργασίες προς φυσικά ή νομικά πρόσωπα της ημεδαπής ή αλλοδαπούς.
- Να εκπαιδεύει επαγγελματικά ανθρώπινο δυναμικό για την απασχόλησή τους στην Εταιρία ή στις εταιρίες ή στις κοινοπραξίες που συμμετέχει και να παρέχει ή διαθέτει εργατικό ή επιστημονικό ή εκπαιδευτικό προσωπικό προς τρίτους.

- Να συνάπτει δάνεια για τον εαυτό της, να αποδέχεται προσωπικές ή άλλες εγγυήσεις, να αναλαμβάνει υποχρεώσεις, να εκδίδει συναλλαγματικές, γραμμάτια εις διαταγή, ομόλογα ή ομολογίες ή άλλα αξιόγραφα ή τίτλους για λογαριασμό της Εταιρίας και να παρέχει εμπράγματα ασφαλείες.
- Να αναλαμβάνει κάθε συναφή εμπορική ή άλλη δραστηριότητα και να διενεργεί κάθε υλική πράξη ή δικαιοπραξία αμέσως ή εμμέσως συνδεδεμένη με το σκοπό της Εταιρίας ή αποβλέπουσα αμέσως ή εμμέσως στην εκπλήρωση του σκοπού της Εταιρίας. (19),(21)

11.4. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ - ΣΥΝΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

1. COSMO – HOLDING ALBANIA

Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι «ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ COSMOS–ALBANIA» και ο διακριτικός της τίτλος «COSMO–HOLDING ALBANIA». Η COSMO–HOLDING ALBANIA είναι εταιρία συμμετοχών η οποία ιδρύθηκε στις 14 Ιουλίου 2000 (ΦΕΚ 7731/16.8.2000). Η έδρα της βρίσκεται στο Μαρούσι, Λεωφόρος Κηφισίας 44. Η διάρκειά της είναι 50 έτη. Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο εταιρίας ανερχόταν σε 16.000 εκατ. δρχ. Τον Φεβρουάριο του 2001 το μετοχικό της κεφάλαιο αυξήθηκε κατά 16.200 εκατ. δρχ. Έτσι το πλήρως καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ανέρχεται σε 32.200 εκατ. δρχ. και διαιρείται σε 3.220.000 ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας 10.000 δρχ. η κάθε μία. Η μετοχική σύνθεση της εταιρίας έχει ως ακολούθως:

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό
COSMOTE	3.123.400	97%
Telenor Mobile Communications A.S.	96.600	3.0%
Σύνολο	3.220.000	100.0%

πίνακας (7)

*πηγή (21)

Η COSMO–HOLDING ALBANIA είναι σήμερα κυρία του 85% των μετοχών της Αλβανικής εταιρίας κινητής τηλεφωνίας Albanian Mobile Communications Sh.a (AMC) την οποία εξαγόρασε τον Αύγουστο του 2000 έναντι 85,6 εκατ. δολαρίων, στα πλαίσια του διεθνούς διαγωνισμού που είχε προκηρύξει το Αλβανικό δημόσιο.

2. Albanian Mobile Communications (AMC)

Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι “ALBANIAN MOBILE COMMUNICATIONS Sh.a” και η έδρα της βρίσκεται στα Τίρανα και συγκεκριμένα στη Rruga Gjergj Legisi, Laprake στην Αλβανία. Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται σε 813.822.000 leke και διαιρείται σε 813.822 ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας 1.000 leke η κάθε μια. Πριν από την εξαγορά του 85% του μετοχικού της κεφαλαίου από την COSMO-HOLDING ALBANIA, η AMC ανήκε κατά 100% στο

Υπουργείο Οικονομίας και Αποκρατικοποιήσεων της Αλβανίας. Η μετοχική σύνθεση της εταιρίας σήμερα έχει ως ακολούθως:

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό
COSMO-HOLDING ALBANIA	691.749	85.0%
Υπουργείο Οικονομίας και Αποκρατικοποιήσεων της Αλβανίας	122.073	15.0%
Σύνολο	813.822	100.0%

πίνακας (8)

*πηγή (21)

Τον Δεκέμβριο του 2001 υπεγράφη συμφωνία για την παροχή από την COSMOTE στην AMC συμβουλευτικών υπηρεσιών (τεχνικές, εμπορικές, νομικές, οικονομικές κ.α.). Η AMC ιδρύθηκε το 1996 και αποτέλεσε την πρώτη εταιρία κινητής τηλεφωνίας που δραστηριοποιήθηκε στη γειτονική χώρα. Το δίκτυο της AMC λειτουργεί σήμερα τόσο στο σύστημα GSM 900 όσο και στο DCS-1800.

3. CosmoONE HELLAS MARKET SITE

Η CosmoONE HELLAS MARKET SITE (στο εξής CosmoONE) ιδρύθηκε από την COSMOTE και την ΔΙΗΝΕΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε. τον Ιούνιο του 2000 (ΦΕΚ 4263/12.6.2000) με έδρα την Αγία Παρασκευή Αττικής. Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι «ΚΟΣΜΟ-ΟΥΑΝ ΕΛΛΑΣ ΜΑΡΚΕΤ ΣΑΪΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ» και ο διακριτικός της τίτλος «ΚΟΣΜΟ-ΟΥΑΝ ΕΛΛΑΣ ΜΑΡΚΕΤ ΣΑΪΤ». Η διάρκειά της είναι 50 έτη. Η εταιρία έχει συσταθεί με σκοπό την ανάπτυξη και παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων (B2B). Η cosmoONE σκοπεύει με τις υπηρεσίες της να απλουστεύσει τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων, μειώνοντας τα άμεσα και έμμεσα κόστη που σχετίζονται με τις προμήθειες και παραγγελίες, ώστε βελτιώνοντας την κερδοφορία των συμμετεχόντων, να κάνει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσιτό σε κάθε επιχείρηση. Ο ακόλουθος πίνακας (9) παρουσιάζει τη μετοχική σύνθεση της εταιρίας:

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό
COSMOTE	650.000	26%
ΟΤΕ	650.000	26%
ΔΙΗΝΕΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	450.000	18%
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	375.000	15%
ΑΛΦΑ ΤΡΑΠΕΖΑ	375.000	15%
Σύνολο	2.500.000	100.0%

πίνακας (9)

*πηγή (21)

4. COSMO – ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι «COSMO- ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ- ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΔΙΣΚΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ» και ο διακριτικός της τίτλος «COSMO–ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.Ε». Η COSMO ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.Ε συστάθηκε στις 8.9.2000 (ΦΕΚ 8507/18.9.2000). Η εταιρία έχει έδρα της το δήμο Χαλανδρίου και διάρκεια 50 έτη. Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται σε 200 εκατ. δρχ. και διαιρείται σε 20.000 ονομαστικές και δεσμευμένες μετοχές, ονομαστικής αξίας 10.000 δρχ. έκαστη, για τη μεταβίβαση των οποίων απαιτείται έγκριση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων. Ο ακόλουθος πίνακας (10) παρουσιάζει τη μετοχική σύνθεση της εταιρίας:

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό
COSMOTE	12.000	60%
ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	8.000	40%
Σύνολο	20.000	100%

πίνακας (10)

*πηγή (21)

Η COSMO – ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.Ε έχει ως σκοπό την πώληση μέσω του Διαδικτύου CD, DVD, CD-ROM και άλλων προϊόντων που διαθέτει η “Μεγάλα Καταστήματα”, η οποία έχει την άδεια στην Ελλάδα για τα σήματα Virgin.

11.5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Για την πιο ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση των πελατών της, η COSMOTE έχει σχεδιάσει προηγμένες, απλές και λειτουργικές υπηρεσίες, οι οποίες συνεχώς αναβαθμίζονται, ανανεώνονται και εμπλουτίζονται για να καλύπτουν κάθε ανάγκη επικοινωνίας. Σε όλα τα προγράμματα της COSMOTE, οι πελάτες της απολαμβάνουν Υπηρεσίες χωρίς επιπλέον πάγιο οι οποίες προσφέρονται αυτόματα από την ημερομηνία αποδοχής της αίτησης του πελάτη. Οι υπηρεσίες της είναι βασισμένες στις ανάγκες της πελατειακής της βάσης και χωρίζονται σε: 1) υπηρεσίες βάσει συμβολαίου και 2) υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας.

Βασικές Υπηρεσίες

- Προσωπικός Τηλεφωνητής
- Υπηρεσία MMS
- Γραπτά Μηνύματα
- Προώθηση Κλήσεων
- Φραγή Κλήσεων από συνδρομητή
- Αναμονή Κλήσεων
- Κλήση Συνδιάσκεψης

- Αναγνώριση Κλήσεων
- Μη Εμφάνιση Αριθμού κατά την κλήση
- Μη Καταγραφή στον κατάλογο
- Περιαγωγή / Roaming
- Αναλυτικός Λογαριασμός

Υπηρεσίες βάσει συμβολαίου

Βασικό πρόγραμμα 1

- Συμβόλαιο 12μηνιαίας διάρκειας
- Μερική επιδότηση συσκευής
- Μηνιαίο τέλος 10.27€ και κλιμακωμένη χρέωση
- Μείωση μηνιαίου τέλους σε 7.34€ μετά το πέρας του 1ου έτους

Βασικό πρόγραμμα 2

- Συμβόλαιο αορίστου χρόνου
- Μηνιαίο τέλος 7.34€ και κλιμακωμένη χρέωση
- Μη επιδότηση συσκευής

Η Cosmote έχει το μεγαλύτερο αριθμό πελατών βάση συμβολαίου στην ελληνική αγορά, με σύνολο 1.461.767 συνδρομητές στις 31 Δεκεμβρίου 2001 έναντι 2.934.728 συνδρομητών για το σύνολο της αγοράς, το οποίο αντιπροσωπεύει μερίδιο αγοράς 49.8%. το πρώτο τρίμηνο του 2002 ο αριθμός αυτός αυξήθηκε σε 1.487.851 συνδρομητές, που αντιπροσωπεύει μερίδιο αγοράς 49.4%.

Η εταιρία προσφέρει στους πελάτες της υπηρεσίες δικτύου GSM και μια σειρά από υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας όπως SMS, VMS, CLI, MYCOSMOS χωρίς να επιβαρύνει το συνδρομητή με επιπλέον μηνιαίο τέλος.

Οι πελάτες βάσει συμβολαίου είναι εταιρικοί πελάτες και ιδιώτες. Η Εταιρία προσφέρει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, υπηρεσίες δικτύου καθώς και τιμολόγια, τα οποία μπορούν να προσαρμοσθούν στις εξειδικευμένες ανάγκες τόσο των εταιρικών όσο και των απλών συνδρομητών της.

Εταιρικοί πελάτες

Η εταιρία στα πλαίσια της στρατηγικής της για αύξηση του αριθμού των εταιρικών της συνδέσεων έχει δημιουργήσει ειδικά προγράμματα με μειωμένες χρεώσεις και ειδικά χαρακτηριστικά που απευθύνονται σε εταιρικούς πελάτες βασικά χαρακτηριστικά τους έχουν ως εξής:

- 11 ή περισσότερες συνδέσεις ανά πελάτη
- Χαμηλό μηνιαίο τέλος 2000 ανά σύνδεση
- Κλιμακωμένες χρεώσεις ομιλίας ανάλογα τον προορισμό της κλήσης
- Επιδότηση συσκευών βάσει του αριθμού των συνδέσεων
- Ανταμοιβή υψηλής χρήσης με εκπτώσεις στο τέλος του χρόνου
- Πρόγραμμα ανανέωσης συσκευής μετά την πάροδο 12 μηνών ανάλογα με την χρήση

Επιπλέον, από το Μάρτιο του 2001 προσφέρει στους εταιρικούς της πελάτες και σε όλους τους συνδρομητές με συμβόλαιο υπηρεσίες GPRS. Οι υπηρεσίες GPRS προσφέρουν την δυνατότητα πρόσβασης στο Internet και τις υπηρεσίες WAP περιεχομένου με υψηλότερες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων που σταδιακά μπορούν να ξεπεράσουν τα 100Kbps. Οι χρεώσεις των υπηρεσιών βασίζονται στον όγκο των δεδομένων που λαμβάνει ο χρήστης και όχι στο χρόνο κατά τον οποίο είναι συνδεδεμένος με την υπηρεσία η το δίκτυο.

Υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας

Παρέχονται με την εμπορική επωνυμία "COSMOKAPTA". Οι πελάτες αγοράζουν ΕΝΑ πακέτο που περιέχει κάρτα SIM και αρχικό χρόνο ομιλίας που τους επιτρέπει να πραγματοποιούν και να λαμβάνουν τηλεφωνήματα μόλις ενεργοποιηθεί η κάρτα τους. Οι πελάτες δεν υπογράφουν συμβόλαιο και μπορούν να προμηθευτούν επιπλέον χρόνο συνδιαλέξεων αγοράζοντας κάρτες ανανέωσης χρόνου αξίας 7, 15 και 30 ευρώ (με 3 ευρώ δώρο επιπλέον χρόνο ομιλίας) από τα επιλεγμένα σημεία πώλησης στο δίκτυο πωλήσεων της εταιρίας. Διατίθενται πακέτα με συσκευή κινητής τηλεφωνίας και χωρίς. Επίσης παρέχεται και το πακέτο "WhatsUp" προσαρμοσμένο να καλύψει τις ανάγκες των νέων ηλικιακά, αλλά και όσων επιλέγουν τα γραπτά μηνύματα ως βασικό μέσο επικοινωνίας, προσφέροντας:

- Κλιμακωτή χρέωση στα γραπτά μηνύματα για ακόμη οικονομικότερη επικοινωνία.
- Υπηρεσία CHAT, για εύκολη επικοινωνία τόσο με την παρέα, όσο και με νέους φίλους.

Το What'sUp προσφέρει όλα τα προνόμια της COSMOKAPTA, όπως : Δωρεάν αναγνώριση κλήσης, αυτόματος τηλεφωνητής, περιαγωγή χωρίς διαδικασίες για εισερχόμενες κλήσεις και γραπτά μηνύματα, υπηρεσίες MyCosmos, αναβαθμισμένη SIM κάρτα MyCosmos, υπηρεσία αναλυτικής κατάστασης κλήσεων, δωδεκάμηνη διάρκεια σύνδεσης για όλες τις κάρτες ανανέωσης.

Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας

Υπηρεσίες "My Cosmos"

Πρόκειται για ένα πακέτο προηγμένων υπηρεσιών από τον κόσμο του Internet το οποίο προσφέρει η COSMOTE για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών της όσον αφορά την :

1. Ενημέρωση
2. Ψυχαγωγία
3. Οικονομικές συναλλαγές
4. Ηλεκτρονική επικοινωνία (E-MAIL)
5. Ringtones, logos & screensavers
6. Πρόσβαση στο Internet
7. Φωνητική πύλη "MyCosmos"
8. Υπηρεσία CHAT
9. Υπηρεσία YAHOO
10. Ταρώ

11. ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΝΕΑ
12. ΑΡΚΑΣ

Επιπλέον υπηρεσίες :

1. Προσωπικού τηλεφωνητή
2. INFOEXPRESS 1650
3. INTERNET AND MOBILE COMMERCE
4. Αποστολή και λήψη FAX / ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
5. GPRS

Υπηρεσίες Τρίτων :

1. INTERFLORA
2. ΧΡΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ
3. ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ
4. "ΦΑΡΜΑ"

Εταιρικές Υπηρεσίες :

1. Virtual Private Network (VPN)
2. Direct access
3. Wireless office
4. Leased Lines
5. Business Line

Ο λογαριασμός του κάθε πελάτη αποστέλλεται ταχυδρομικά κάθε μήνα στη διεύθυνση που έχει δηλώσει ο συνδρομητής στην εταιρία και μπορεί να εξοφληθεί μέσω μετρητών, με πάγια εντολή, με χρέωση της πιστωτικής του κάρτας ή με επιταγή.

Δίκτυο Πωλήσεων

Η COSMOTE προωθεί τα προϊόντα και της υπηρεσίες της μέσω ενός εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων, με 3.000 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα. Αυτά είναι:

- Οκτώ Αποκλειστικά καταστήματα COSMOTE
- Εμπορικά καταστήματα Ο.Τ.Ε.
- Δίκτυο κύριων Αντιπροσώπων COSMOTE
- Διεύθυνση Απευθείας Πωλήσεων COSMOTE σε μεγάλους πελάτες
- Δύο διανομείς για τη διάθεση προϊόντων Cosmοκάρτα και καρτών ανανέωσης χρόνου ομιλίας : ΕΛΓΕΚΑ και ΕΛΤΑ.(21)

Τηλεπικοινωνιακό Δίκτυο

Θεωρώντας ότι η κινητή τηλεφωνία πρέπει να είναι προσβάσιμη από όλους τους Έλληνες, η COSMOTE έχει δημιουργήσει μέσα σε 4 χρόνια λειτουργίας ένα αξιόπιστο τηλεπικοινωνιακό δίκτυο που καλύπτει το 99,6% του πληθυσμού με 2.800 σταθμούς βάσης σε όλη την επικράτεια, ενώ είναι η μόνη εταιρία κινητής τηλεφωνίας που καλύπτει τις ελληνικές θάλασσες κατά 85%.



χάρτης (2)

*πηγή (21) www.cosmote.gr

Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο 2/2,5 γενιάς

1. Πάνω από 2.500 Σταθμοί Βάσης
2. Πάνω από 110.000 κανάλια
3. Πανελλαδικό δίκτυο HSCSD & GPRS
4. Άδεια LMDS (σταθερή ασύρματη πρόσβαση)

Πανελλαδική Κάλυψη

1. 99.6% Πληθυσμιακή Κάλυψη
2. 84% Γεωγραφική Κάλυψη
3. 90% Θαλάσσια Κάλυψη

Υψηλή ποιότητα υπηρεσιών

1. Διακοπείσες κλήσεις 1.5%
2. Απορριφθείσες κλήσεις 0.5%
3. Διαθεσιμότητα Δικτύου 99.6%

Η COSMOTE έχοντας πλέον κάνει την κινητή τηλεφωνία προσιτή σε κάθε γωνία της Ελλάδας, συνεχίζει να βελτιώνει ποιοτικά το δίκτυο της, με στόχο η επικοινωνία των Ελλήνων να γίνεται ολοένα πιο ολοκληρωμένη.

Συγκεκριμένα, διαθέτει σημαντική χωρητικότητα δικτύου βάση των 2 x 25 MHz που της έχουν παραχωρηθεί στη συχνότητα των 1800 MHz ραδιοσυχνοτήτων 2 x 15 MHz ζευγαρωμένο φάσμα (FDD) και 5 MHz μη ζευγαρωμένο φάσμα (TDD) για τη λειτουργία του δικτύου αυτού.

Το GSM 1800 δίκτυο της εταιρίας, εξαιτίας των τεχνικών του χαρακτηριστικών, είναι πιο κατάλληλο για πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές, όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και η Πάτρα. Το δίκτυο σχεδιάζεται από την εταιρία έτσι ώστε να είναι αρκετά ευέλικτο για να υποστηρίξει τις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας που παρέχει η εταιρία. (19)

11.6. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Άυλα περιουσιακά στοιχεία (Εμπορικά Σήματα)

Η εταιρία έχει κατοχυρώσει, σύμφωνα με σχετικές αποφάσεις τις Διοικητικής επιτροπής Σημάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης όλα τα εμπορικά της σήματα όπως:

- MyCosmos
- COSMOTE
- COSMOKAPTA
- WHAT'S UP
- COSMO NEWS
- COSMO CLUB
- COSMONEA
- COSMOTE INVEST
- COSMOTE ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ
- COSMOTE EASY PHONE
- COSMOTE BUSINESS LINE
- COSMOTE BUSINESS AHEAD

Γήπεδα – Κτιριακές Εγκαταστάσεις

Η εταιρία δεν διαθέτει ιδιότητα κτήρια ή οικόπεδα. Τα γραφεία της στεγάζονται κυρίως σε μισθωμένα ακίνητα επί της Λεωφόρου Κηφισίας 44 στο Μαρούσι και τα στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου βρίσκονται εγκατεστημένα σε μισθωμένες τοποθεσίες σε όλη την Ελλάδα.

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται η τοποθεσία, η επιφάνεια καθώς και το μηνιαίο μίσθωμα που καταβάλει η εταιρία για τη στέγαση των γραφείων της :

1. Μισθώσεις από Ο.Τ.Ε.

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΟΔΟΣ	ΜΗΝΙΑΙΟ ΜΙΣΘΩΜΑ	ΛΗΞΗ ΜΙΣΘΩΣΗΣ	ΕΜΒΑΔΟΝ
Αθήνα	Πατησίων 83 & 3 ^{ης} Σεπτεμβρίου	5.869,40	2011	500
Αθήνα	Πατησίων 83 & 3 ^{ης} Σεπτεμβρίου	18.308,05	2011	1.310
Ν. Ηράκλειο Αττική	Ολυμπίας 6 & Ηρακλείου	10.236,24	2011	872
Ηράκλειο Κρήτη	Φραγκιαδάκη & Αρχαγγέλου	676,40	2008	108
Πάτρα	Πλατεία Αγίου Γεωργίου	1.471,80	2008	235

πίνακας(11)

*πηγή (19)

2. Μισθώσεις από Τρίτους

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΟΔΟΣ	ΜΗΝΙΑΙΟ ΜΙΣΘΩΜΑ	ΛΗΞΗ ΜΙΣΘΩΣΗΣ	ΕΜΒΑΔΟΝ
Ν. Ηράκλειο,	Μαρίνου Αντύπα 90	38.166	2009	1.851
Μαρούσι	Λεωφόρου Κηφισίας 44	186.960	2006	5.351
Θεσσαλονίκη	Βενιζέλου 15 & Βασιλέως Ηρακλείου 17	4.306	2006	294
Θεσσαλονίκη	Εγνατία 1	5.117	2005	490
Θεσσαλονίκη	Εθνικής Αντιστάσεως 7, Καλαμαριά	2.167	2012	152
Αθήνα	Σταδίου 40, Σύνταγμα	12.325	2010	241
Θεσσαλονίκη	26 ^{ης} Οκτωβρίου	6.456	2009	638
Πειραιάς	Γ. Λαμπράκη	9.684	2010	265
Θεσσαλονίκη	Εγνατία 1 & Καραολή	586	2010	77
Μαρούσι	Λεωφόρου Κηφισίας 62	25.737	2004	851
Αθήνα	Αχαρνών 434	41.085	2010	6.285
Γλυφάδα	Λαζαράκη 8	9.226	2009	391
Σύνολο		378.384		19.951

πίνακας(12)

*πηγή (19)

Τηλεπικοινωνιακός Εξοπλισμός

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιεί η Εταιρία κατασκευάζεται από ένα περιορισμένο αριθμό προμηθευτών. Ο κύριος προμηθευτής δικτυακής υποδομής της, είναι η NOKIA και οι θυγατρικές της, η οποία την προμηθεύει με MSC, BSC και BTS, συστήματα διαχείρισης και μετάδοσης, βάση σύμβασης που υπογράφηκε τον Ιούλιο του 1997 και λήγει τον Ιούνιο του 2003. Επίσης, από τον Αύγουστο του 1999 η Cosmote προμηθεύεται για το δίκτυό της στη Βόρεια Ελλάδα BTS και BSC της εταιρίας Ericsson. Η σχετική σύμβαση λήγει τον Ιούνιο του 2003. Ακόμη, προμηθεύεται επιπλέον εξοπλισμό, όπως πλατφόρμες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας, πλατφόρμες προσωπικού τηλεφωνητή, κέντρα SMS και σύστημα τιμολόγησης και εξυπηρέτησης πελατών από λοιπούς προμηθευτές. Στις 31.12.01 ο εξοπλισμός της είχε ως εξής :

- 2.206 Σταθμοί Βάσης BTS σε όλη την Ελλάδα.
- 47 Κέντρα Ελέγχου Σταθμών Βάσης (BSC), εκ των οποίων 14 βρίσκονται στην Αθήνα, 4 στην Θεσσαλονίκη, 3 στην Πάτρα, από 2 στη Καβάλα, στη Λιβαδειά και τη Σύρο και, τέλος, από 1 σε άλλες περιοχές στην υπόλοιπη Ελλάδα.
- 16 Σέντρα Μεταγωγής Κινητή Τηλεφωνίες (MSC), εκ των οποίων 9 είναι στην Αθήνα, 3 στη Θεσσαλονίκη, 2 στη Πάτρα, 1 στο Ηράκλειο και 1 στη Λάρισα.

Τα παραπάνω περιουσιακά στοιχεία, η εταιρία τα έχει ασφαλίσει με ασφαλιστήρια Πυρός και Συμπληρωματικών Κινδύνων, κατά πάντως κινδύνου Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού, Μεταφορών και Αστικής Ευθύνης έναντι Τρίτον. Τα ασφαλιζόμενα ποσά ανέρχονται σε 521,6 εκατ. ευρώ περίπου, εκ των οποίων τα 487,5 εκατ. ευρώ αφορούν καλύψεις του τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού και των σχετικών εγκαταστάσεων. (19)

Συστήματα Πληροφορικής

Η Cosmote στηρίζεται σε σύγχρονα συστήματα πληροφορικής για την ταχεία ανάπτυξη του δικτύου της και την αποτελεσματική λειτουργία της δικτυακής υποδομής, την παροχή αποτελεσματικών υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών και την ομαλή λειτουργία της Εταιρίας. Τα βασικότερα συστήματα που χρησιμοποιεί η επιχείρηση είναι τα ακόλουθα :

Σύστημα Διαχείρισης & Τιμολόγησης Πελατών

Οι βασικές λειτουργίες για την τιμολόγηση και τη διαχείριση πελατών παρέχονται από το σύστημα Business Support and Control System (BSCS) της εταιρίας LHS GROYP Inc., σήμερα SchlumbergerSEMA.

Συστήματα Προώθησης Πωλήσεων

Η εταιρία διαθέτει τα ακόλουθα συστήματα πληροφορικής σχεδιασμένα να υποστηρίζουν την προώθηση των πωλήσεων της :

- Commission Handling System (CHS) : Το CHS υπολογίζει τις και προωθεί τις προμήθειες των εμπορικών αντιπρόσωπων της. Έχει αναπτυχθεί από την Intrasoft.
- Σύστημα Ενεργοποίησης Πελατών : Η εταιρία σε συνεργασία με το Εθνικό Μετσόβειο Πολυτεχνείο, ανέπτυξε το σύστημα ON LINE για την αυτοματοποίηση της διαδικασίας αποστολής αίτησης για νέα σύνδεση και την ενεργοποίηση των νέων συνδέσεων.
- Σύστημα Εξυπηρέτησης Πελατών : Έχει υλοποιήσει ένα σύστημα συλλογής όλων των αιτήσεων των συνδρομητών της μαζί με τους λογαριασμούς και την οποιαδήποτε αλληλογραφία αποστέλλουν.
- Σύστημα Πρόληψης Απάτης : Για την προστασία των συνδρομητών της όσον αφορά μη εξουσιοδοτημένη χρήση, η εταιρία έχει προχωρήσει στην υλοποίηση του συστήματος πρόληψης απάτης CFMS της εταιρίας COMPAQ.

- Σύστημα Σχεδιασμού Επιχειρησιακών Πόρων IFS TELECOM : Το IFS είναι ένα σύστημα σχεδιασμού επιχειρησιακών πόρων προσαρμοσμένο στις ανάγκες τις COSMOTE. Καλύπτει όλες τις απαραίτητες ενέργειες για την υποστήριξη πολλών νομισμάτων και λογιστικούς χειρισμούς, προμηθευτές, παραγγελίες πελατών, τιμολόγηση και ενοποίηση των διαφορετικών τμημάτων της. Τα τμήματα που υποστηρίζονται από το IFS είναι το Οικονομικό, οι Πελάτες – Προμηθευτές, η Διανομή και το Σύστημα Λιανικής.

Εσωτερική Εταιρική Πύλη

Η Cosmote έχει αναπτύξει εσωτερικά και έχει υλοποιήσει έναν εσωτερικό δικτυακό τόπο (Intranet) για το προσωπικό της. Εκεί γίνονται όλες οι ανακοινώσεις της Εταιρίας προς τους εργαζομένους και υπάρχουν το οργανόγραμμα της, ο εσωτερικός τηλεφωνικός κατάλογος καθώς και οι εταιρικές διαδικασίες της εταιρίας.

Διαχείριση Σταθμών Δικτύου

Έχει αναπτύξει ένα σύστημα που ελέγχει την εγκατάσταση εξοπλισμού δικτύου και παρέχει πληροφορίες για το δίκτυο και υποστηρίζει όλες τις διαδικασίες που σχετίζονται με την συντήρησή του. (19)

11.7. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Επενδυτικό πρόγραμμα 2000-2001

Από την ίδρυση της η εταιρία έχει εφαρμόσει ένα εκτεταμένο επενδυτικό πρόγραμμα, του οποίου τα μέχρι σήμερα αποτελέσματα είναι η δημιουργία ενός προηγμένου τηλεπικοινωνιακού δικτύου κυψελοειδούς κινητής τηλεφωνίας με πανελλαδική κάλυψη και η δυνατότητα να παρέχει ευρύ φάσμα υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Κατά την περίοδο 1997-1999 η Εταιρία επένδυσε συνολικά άνω των 272 εκατ. ευρώ για την απόκτηση ασώματων, ενσώματων ακινητοποιήσεων και εξόδων εγκατάστασης. Από αυτές, 234 εκατ. ευρώ περίπου επενδύθηκαν για τον τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό της.

Εξοπλισμός	2000 (σε χιλ. €)	2001 (σε χιλ. €)
Δικαιώματα Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας	0	161.412
Λογισμικά Πακέτα Η/Υ	15.551	8.338
Ενσώματες Ακινητοποιήσεις		
Κτίρια-Τεχνικά Έργα	38.547	40.958
Μηχανήματα-Εγκαταστάσεις & λοιπός μηχ/κός εξοπλισμός	151.105	192.426
Μεταφορικά Μέσα	188	-38*
Έπιπλα & Λοιπός Εξοπλισμός	19.918	6.564
Ακινητοποιήσεις υπό εκτέλεση	0	16.061
Συμμετοχές	48.423	45.382
ΣΥΝΟΛΟ	273.732	471.103

πίνακας (13)

*πηγή (19)

*Η εταιρία έκανε επενδύσεις σε μεταφορικά αξίας 162 χιλ. ευρώ για το 2001 και πραγματοποίησε πωλήσεις μεταφορικών αξίας 200 χιλ. ευρώ. το ίδιο έτος

Η COSMOTE επενδύει στην επέκταση και βελτιστοποίηση του τηλεπικοινωνιακού της δικτύου, στις νέες τεχνολογίες και στην ανάπτυξη υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας. Οι συνολικές επενδύσεις της εταιρίας για το 2001 έφτασαν περίπου τα 471 εκατ.ευρώ.

Κατά τη χρήση 2001 οι επενδύσεις σε κτίρια και τεχνικά έργα αφορούσαν κυρίως την ανέγερση υποδομής και την αγορά και εγκατάσταση προκατασκευασμένων οικίσκων, στα οποία θα εγκατασταθούν τα στοιχεία του τηλεπικοινωνιακού δικτύου της Εταιρίας (σταθμοί βάσης, κέντρα μεταγωγής κ.α.). Επίσης αγοράστηκαν και εγκαταστάθηκαν συστήματα Η/Υ, λογισμικό και διάφορα έπιπλα, εξοπλισμός και μεταφορικά μέσα συνολικής αξίας 14,9 εκατ.ευρώ περίπου.

Όσον αφορά τον τηλεπικοινωνιακό της εξοπλισμό δαπανήθηκε ποσό 202,8 εκατ.ευρώ το 2001, έναντι 136 εκατ.ευρώ το 2000, το οποίο αναλύεται ως εξής :

Εξοπλισμός	2000 (σε χιλ.€)	2001 (σε χιλ.€)
Κέντρα Μεταγωγής Κινητής Τηλεφωνίας (MSC)	21.224	32.813
Κέντρα Ελέγχου Σταθμών Βάσης (BSC)	15.792	14.492
Σταθμοί Βάσης (BTS)	69.652	84.957
Μικροκυματικές Ζεύξεις	7.589	18.804
Λοιπός Εξοπλισμός	21.814	51.757
ΣΥΝΟΛΟ	136.70	202.821

πίνακας(14)

*πηγή (19)

Οι επενδύσεις της χρήσης 2001 χρηματοδοτήθηκαν εν μέρει από το κοινοπρακτικό δάνειο ύψους 350 εκατ. ευρώ που συνήψε το Νοέμβριο του 2000, καθώς και από ίδια διαθέσιμα.

Επενδυτικό πρόγραμμα 2002-2003

Η εταιρία τη χρονιά αυτή επένδυσε ποσό ύψους 380 εκατ. ευρώ για τη βελτίωση και αναβάθμιση της υφιστάμενης πάγιας υποδομής της σε εξοπλισμό (δίκτυο 2^{ης} γενιάς της Cosmote στην Ελλάδα και της θυγατρικής της AMC στην Αλβανία). Ειδικότερα, η εταιρία στο πλαίσιο του εν λόγω επενδυτικού προγράμματος προέβη σε επενδύσεις για την αναβάθμιση της χωρητικότητας και ποιότητας του δικτύου της, με σκοπό τη βελτίωση και επέκταση των δραστηριοτήτων της και την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας. Στο ποσό αυτό συμπεριλαμβάνονται τόσο η ολοκλήρωση της ανάπτυξης του δικτύου της στην Αλβανία, όσο και η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών 2,5 γενιάς (GPRS).

Οι επενδύσεις σε τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό σχεδιάζεται να περιλαμβάνουν την επέκταση του δικτύου κάλυψης με την τοποθέτηση πρόσθετων σταθμών βάσης (BTS), κέντρων ελέγχου σταθμών βάσης (BSC), κέντρων μεταγωγής κινητής τηλεφωνίας (MSC) και άλλων στοιχείων του δικτύου. Επιπλέον μέσα στο 2002 η εταιρία απέκτησε την άδεια Σταθερής Ασύρματης Πρόσβασης (LMDS) που κατείχε ο ΟΤΕ στα 25GHz έναντι 9.535 χιλ. ευρώ, ενώ θα αποκτήσει και το σχετικό πάγιο εξοπλισμό που είχε αναπτυχθεί, αξίας μέχρι 5,6 εκατ. ευρώ περίπου. Τέλος, το 2003 η Εταιρία σχεδιάζει να επενδύσει περίπου 60 εκατ. ευρώ για την πιλοτική φάση ανάπτυξης του δικτύου της 3^{ης} γενιάς (UMTS).

Το επενδυτικό πρόγραμμα της Εταιρίας για την περίοδο 2002–2003 αναμένεται να χρηματοδοτηθεί στο μεγαλύτερο μέρος του από τα ίδια διαθέσιμά της.

Επίσης σύναψε δάνειο ύψους 420 εκατ. δολαρίων το Νοέμβριο του 2002, για την αναχρηματοδότηση του υφιστάμενου κοινοπρακτικού δανείου, ύψους 350 εκατ. ευρώ, και για την χρηματοδότηση των γενικών επιχειρηματικών αναγκών της COSMOTE (22). Λόγω δε των ευνοϊκών όρων της σχετικής σύμβασης το νέο κοινοπρακτικό δάνειο της COSMOTE αναμένεται να διατηρήσει το κόστος χρηματοδότησης της εταιρίας σταθερό και σε χαμηλά επίπεδα.

Η σύμβαση αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο κοινοπρακτικό δάνειο στην ελληνική αγορά έως σήμερα, αλλά και ένα από τα διεθνή κοινοπρακτικά δάνεια με τους πλέον ανταγωνιστικούς όρους που έχουν χορηγηθεί στην Ελλάδα. Επιπλέον,

είναι το μόνο δάνειο πολυετούς διάρκειας που χορηγήθηκε σε ευρωπαϊκή τηλεπικοινωνιακή εταιρία μέσα στο 2002, δεδομένου ότι λόγω της γενικότερης χρηματοοικονομικής κατάστασης του τηλεπικοινωνιακού κλάδου, οι διεθνείς τράπεζες αποφεύγουν να χορηγούν δάνεια διάρκειας άνω του ενός έτους. Κατά συνέπεια το νέο κοινοπρακτικό δάνειο της COSMOTE θεωρείται απόδειξη της εμπιστοσύνης της διεθνούς τραπεζικής κοινότητας στην οικονομική ευρωστία και τις περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της εταιρίας.

Το όραμα της Cosmote είναι να εδραιώσει την κυριαρχία της σε όλα τα επίπεδα και να γίνει μία από τις πέντε καλύτερες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας στην Ευρώπη. Βασισμένη σε αυτό το όραμα εφαρμόζει μια επενδυτική στρατηγική που υποστηρίζει την :

Πελατοκεντρική Φιλοσοφία

Η εταιρία, έχοντας απλές και ξεκάθαρες χρεώσεις με στόχο την ανταμοιβή της πιστότητας των πελατών της, εφαρμόζει συνεπή τιμολογιακή πολιτική, επιβράβευση αφοσίωσης πελατών, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στους εταιρικούς πελάτες.

Καινοτομία σε Προϊόντα και Υπηρεσίες

Συνάπτει συμφωνία με τη YAHOO, την εταιρία κολοσσό στο χώρο του internet, προσφέροντας έτσι στους πελάτες της εξειδικευμένες υπηρεσίες πληροφόρησης όπως, Κινητή και Φωνητική Πύλη επικοινωνιών MyCosmos, νέες πρωτοποριακές υπηρεσίες για νέους (CHAT) καθώς και μελλοντικές VAS (MMS).

Διαρκής Υπεροχή Δικτύου

Η COSMOTE είναι η πρώτη εταιρία στην Ελλάδα που λειτούργησε με το σύστημα GSM 1800 από το ξεκίνημά της. Από τον Αύγουστο του 2001 η εταιρία έχει αποκτήσει και άδεια λειτουργίας δικτύου 3ης γενιάς UMTS (με φάσμα 2 x 15 MHz). Η υπηρεσία αυτή παρέχει δυνατότητα ταχύτερης μετάδοσης δεδομένων, καθώς και μετάδοσης εικόνας και ήχου μέσω του κινητού. Επίσης, τον Ιούλιο του 2002 απέκτησε επιπλέον φάσμα 2ης γενιάς EGSM 900 (με φάσμα 2 x 5 MHz). Το GSM 1800 είναι η μετεξέλιξη του υπάρχοντος συστήματος GSM 900 με τα εξής πλεονεκτήματα για τους συνδρομητές:

1. Καθαρό σήμα με ήχο υψηλής ποιότητας
2. Συνομιλία χωρίς διακοπές και παράσιτα
3. Ευκολία κλήσης ακόμη και σε πολυσύχναστους χώρους

Με την πλεονάζουσα χωρητικότητα του δικτύου, η COSMOTE βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση ως προς την πλήρη αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, προκειμένου να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες νέας γενιάς στους πελάτες της στο άμεσο μέλλον. (19)

11.8. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ & ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Η Cosmote στην προσπάθειά της να ανταποκριθεί στο συνεχή και αυξανόμενο ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών του κλάδου της κινητής τηλεφωνίας είναι οργανωμένη σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά πρότυπα. Η οργανωτική δομή της Εταιρίας και η κατανομή του έργου στις επιμέρους λειτουργικές μονάδες της εξασφαλίζουν την αποτελεσματική λειτουργία και την επίτευξη των μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στρατηγικών στόχων της. Το οργανόγραμμα της βασίζεται σε ένα σύγχρονο μοντέλο διακυβέρνησης και αποτελείται από τρεις κύριες διευθύνσεις και δεκαπεντε υποδιευθύνσεις.

Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου

Η εταιρία δίνει ιδιαίτερη σημασία στη σωστή Εταιρική Διακυβέρνηση. Για το λόγο αυτό, τον Απρίλιο του 2002, με απόφαση του Δ.Σ. της Εταιρίας, συστάθηκε Επιτροπή Ελέγχου με σκοπό την υποβοήθηση του Διοικητικού Συμβουλίου στην άσκηση των καθηκόντων του στον τομέα της λειτουργίας συστήματος εσωτερικού ελέγχου της Εταιρίας και στην εξασφάλιση της διαφάνειας στις εταιρικές δραστηριότητες.

Αποτελείται από τρία μέλη μη εκτελεστικά του Δ.Σ. που διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και την εμπειρία και το Διευθύνοντα Σύμβουλο της επιχείρησης, ενώ στις συνεδριάσεις της παρίστανται χωρίς δικαίωμα ψήφου ο Διευθυντής Εσωτερικού Ελέγχου και ο νομικός Σύμβουλος της. Κύριες αρμοδιότητες της επιτροπής ελέγχου είναι :

- Η αξιολόγηση της επάρκειας, ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του συστήματος εσωτερικού ελέγχου της εταιρίας και η παρακολούθηση του έργου της Διεύθυνσης Εσωτερικού Ελέγχου.
- Η παροχή γνώμης κατά την επιλογή των εσωτερικών ελεγκτών.
- Η διαβεβαίωση του Διοικητικού Συμβουλίου ότι η Εταιρία συμμορφώνεται με τους νόμους και τους κανονισμούς που διέπουν την λειτουργία της.
- Η ανεξάρτητη από τις εμπλεκόμενες υπηρεσιακές μονάδες εξέταση των ετήσιων οικονομικών καταστάσεων και άλλων σημαντικών στοιχείων και πληροφοριών που προορίζονται για δημοσίευση ή για υποβολή σε αρχές ή οργανισμούς εκτός Εταιρίας.
- Η διευκόλυνση της επικοινωνίας μεταξύ Διοικητικού Συμβουλίου, Διοίκησης, Διεύθυνσης Εσωτερικού Ελέγχου και εξωτερικών ελεγκτών της εταιρίας για την ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών. (19)

Οργανωτική δομή

1. Γενική Εμπορική Διεύθυνση

Διεύθυνση πωλήσεων εταιρικών πελατών

Η εταιρία στην προσπάθεια της να αυξήσει το σύνολο των εταιρικών της πελατών έχει δημιουργήσει το τμήμα αυτό με στόχο τη παροχή ειδικών

προγραμμάτων με μειωμένες χρεώσεις και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που απευθύνονται αποκλειστικά σε εταιρικές συνδέσεις.

Διεύθυνση πωλήσεων δικτύου

Το τμήμα αυτό ασχολείται με την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της, μέσω ενός εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων. Η εταιρία δίνει στους αντιπροσώπους της μια σειρά από χρηματικά κίνητρα, όπως ποσοστό επί των μηνιαίων εσόδων από χρεώσεις λογαριασμών για κάθε συνδρομητή, προμήθεια σύνδεσης για κάθε νέα σύνδεση κατόπιν μεσολάβησης του αντιπροσώπου κ.α., με στόχο να διατηρήσει την πιστότητα των εμπορικών συνεργατών στο δίκτυο και αφετέρου να τους ενθαρρύνει στην προώθηση των προϊόντων της εταιρίας.

Διεύθυνση εξυπηρέτησης πελατών

Η εταιρία μέσω του τμήματος αυτού αναπτύσσει με τους πελάτες της στενότερη σχέση από ό,τι μέσω ανεξάρτητων παροχών υπηρεσιών. Έχει τρία τηλεφωνικά κέντρα που λειτουργούν σε 24ωρη βάση και παρέχουν πληροφορίες και ειδικές υπηρεσίες όπως αιτήσεις σύνδεσης, εισπράξεις και χρεώσεις. Επίσης γίνεται εντοπισμός των τυχόν προβλημάτων των πελατών της και τη συνακόλουθη προσφορά βελτιωμένων υπηρεσιών, για τη διατήρηση της πελατειακής της βάσης, μειώνοντας έτσι τις εκούσιες αποσυνδέσεις.

2. Γενική Τεχνική Διεύθυνση

Διεύθυνση Ραδιοδικτύων

Με την μεταβίβαση της ειδικής άδειας για σταθερή ασύρματη πρόσβαση που κατείχε ο ΟΤΕ, απονεμήθηκε στην εταιρία το τμήμα Ραδιοσυχνοτήτων, αναλαμβάνοντας την υποχρέωση να εγκαταστήσει, λειτουργήσει, συντηρήσει και χρησιμοποιήσει τον απαραίτητο εξοπλισμό, ώστε να μπορέσει να παρέχει ραδιοκάλυψη στο 20% του πληθυσμού της χώρας μέχρι το Δεκέμβριο του 2002, καθώς και να ικανοποιεί τυχόν αιτήματα χρηστών για παροχή Σταθερής Δημόσιας Τηλεφωνικής Υπηρεσίας και παροχή Υπηρεσιών Δικτύου Ευρείας Ζώνης.

Διεύθυνση συστημάτων μεταγωγής και διαχείρισης δικτύων

Διεύθυνση λειτουργίας και συντήρησης

Σκοπό έχει τον έλεγχο των εγκαταστάσεων εξοπλισμού δικτύου, παρέχοντας πληροφορίες για το δίκτυο και υποστηρίζει όλες τις διαδικασίες που σχετίζονται με την συντήρηση του.

Διεύθυνση Κατασκευών

Η διεύθυνση αυτή είναι υπεύθυνη για την εγκατάσταση σταθμών βάσης, κέντρων ελέγχου σταθμών βάσης, κέντρων μεταγωγής καθώς και κάθε άλλο τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό, που σκοπό έχουν τη βελτίωση ή την επέκταση του δικτύου της.

Διεύθυνση πληροφορικής

Έχει ως βασική της μέριμνα, την ταχεία ανάπτυξη του δικτύου της και την αποτελεσματική λειτουργία της δικτυακής υποδομής καθώς και την παροχή αποτελεσματικών υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών και την ομαλή λειτουργία της Εταιρίας, μέσα από την εγκατάσταση σύγχρονων συστημάτων όπως : σύστημα Διαχείρισης & Τιμολόγησης Πελατών και Προώθησης Πωλήσεων.

3. Γενική Οικονομική Διεύθυνση

Διεύθυνση προμηθειών, συμβάσεων και διαχείρισης έργων

Αναλαμβάνει την δημιουργία συμφωνιών και συμβάσεων συνεργασίας με διάφορους προμηθευτές και συνεργάτες της Εταιρίας, που σκοπό έχουν την εύρυθμη λειτουργία της.

Υποδιεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο κυρίως για την αξιοποίηση κάθε συμφέρουσας ευκαιρίας στην αναπτυσσόμενη και εξελισσόμενη αγορά κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας και στο εξωτερικό, δίνοντας έμφαση στη πλήρη αξιοποίηση των ευκαιριών αυτών, με απώτερο σκοπό την αύξηση των εσόδων της Εταιρίας και την εδραίωσή της στην κλάδο.

Νομικός Σύμβουλος Διεύθυνση Ανταγωνισμού και Νομικών Υπηρεσιών

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο, μέσω του κ. Μαρτινόπουλου για την εκπροσώπηση της εταιρίας ενώπιον όλων των δικαστηρίων, όπως και σε κάθε άλλη δικαστική ή δημόσια αρχή.

Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού Οργάνωσης και Ποιότητας

Είναι υπεύθυνη για την απασχόληση ικανών και εξειδικευμένων στελεχών ανά τομέα, μειώνοντας τις πιθανότητες λανθασμένων επιλογών στην επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρίας καθώς και για την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει στους πελάτες της.

Διεύθυνση Προϊόντων Υπηρεσιών και Marketing

Αναλαμβάνει την έρευνα για δημιουργία νέων προϊόντων - υπηρεσιών και στη συνέχεια την προώθησή τους, μέσα από τη χρησιμοποίηση των διαφημιστικών εκστρατειών.

Επίσης είναι υπεύθυνη και για την ισχυροποίηση της εικόνας της αξιοπιστίας και του κύρους της Εταιρίας μέσω ενεργειών έμμεσης επικοινωνίας, όπως είναι οι χορηγίες στον τομέα του αθλητισμού, του πολιτισμού, των επιστημών και της τεχνολογίας καθώς και η συμμετοχή της σε σημαντικές εμπορικές εκθέσεις.

Διεύθυνση Χορηγίας Ολυμπιακών Αγώνων 2004

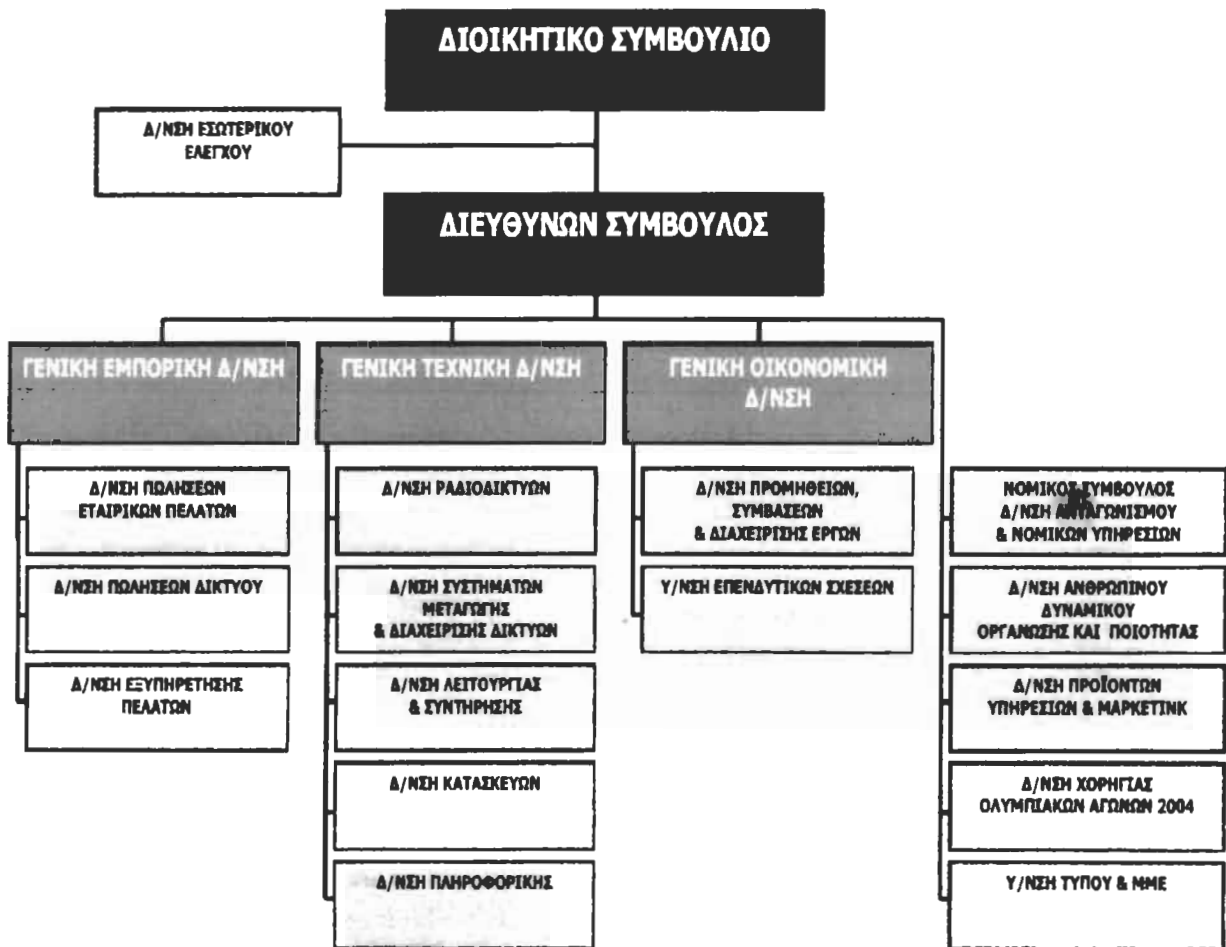
Η Cosmote, με την ιδιότητα του Μεγάλου Εθνικού Χορηγού των Ολυμπιακών Αγώνων, είναι υπεύθυνη για την παροχή προς την Οργανωτική Επιτροπή Αθήνα 2004 υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, φωνής και δεδομένων, στο στάδιο της προετοιμασίας των Αγώνων και κατά τη διάρκειά τους. Σε σύγκριση με τις άλλες

χορηγίες, η χορηγία αυτή διακρίνεται για την πολυπλοκότητα της από πλευράς οργάνωσης και διαθεσιμότητας πόρων, καθώς και για την μεγάλη διάρκειά της. Για αυτό κρίνεται απαραίτητη δημιουργία του παραπάνω τμήματος.

Υποδιεύθυνση Τύπου και ΜΜΕ

Η διεύθυνση αυτή είναι υπεύθυνη για την επικοινωνιακή στρατηγική της εταιρίας δηλαδή την επικοινωνία με δημοσιογράφους και τα ΜΜΕ, την οργάνωση συνεντεύξεων τύπου και αποστολής δελτίων τύπου, την παρουσίαση και προβολή της εικόνας της επιχείρησης και των δραστηριοτήτων της. (19),(21)

Οργανόγραμμα



*πηγή (21) www.cosmote.gr

11.9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ – ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρίας αποτελείται από εννιά μέλη. Η θητεία των οποίων είναι τριετής και παρατείνεται αυτόματα μέχρι την πρώτη μετά τη λήξη της θητείας τους Τακτική Γενική Συνέλευση που θα προβεί στην εκλογή του νέου Διοικητικού Συμβουλίου. Από τα εννιά μέλη, έξη μέλη, συμπεριλαμβανόμενου του Προέδρου, εκλέγονται από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων και τα υπόλοιπα τρία, συμπεριλαμβανόμενου του Αντιπροέδρου, διορίζονται από τη μέτοχο της μειοψηφίας TELENOR B-INVEST AS, υπό την προϋπόθεση ότι είναι κύρια μετοχών που εκπροσωπούν τουλάχιστον το 15% του καταβεβλημένου κεφαλαίου της Εταιρίας. Η άσκηση του δικαιώματος αυτού από την TELENOR B-INVEST AS πρέπει να πραγματοποιηθεί πριν από την εκλογή των υπολοίπων μελών του Δ.Σ. από τη Γενική Συνέλευση. Σε περίπτωση που ασκήσει το δικαίωμα αυτό, δεν συμμετέχει στο στην εκλογή των υπολοίπων μελών του Δ.Σ. από τη Γενική Συνέλευση και το αντίθετο.

Η σημερινή σύνθεση του **Διοικητικού Συμβουλίου** της εταιρίας, σύμφωνα με το πρακτικό Δ.Σ. της 30-04-2002, με το οποίο το Δ.Σ. συγκροτήθηκε σε σώμα, έχει ως εξής :

Όνοματεπώνυμο	Θέση στο Δ.Σ.
Αντωνακόπουλος Δ. Ελευθέριος	Πρόεδρος
Sliper Ivar	Αντιπρόεδρος
Μαρτιγόπουλος Ευάγγελος	Διευθύνων Σύμβουλος
Ιωαννίδης Γεώργιος	Μέλος
Ασημάκης Λεωνίδας	Μέλος
Οικονόμου Χρήστος	Μέλος
Μανιάτης Γεώργιος	Μέλος
Σαραντίτης Ιωάννης	Μέλος
Johansen Arve	Μέλος

πίνακας(15)

*πηγή (19)

Η θητεία του ανωτέρω Διοικητικού Συμβουλίου λήγει στις 08-06-2003. από τα παραπάνω μόνο ο Διευθύνων Σύμβουλος (Μαρτιγόπουλος Ευάγγελος) είναι Εκτελεστικό Μέλος, ενώ τα υπόλοιπα οκτώ είναι Μη Εκτελεστικά Μέλη, σύμφωνα με τις αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος, Μαρτιγόπουλος Ευάγγελος, εκπροσωπεί την Εταιρία ενώπιον όλων των δικαστηρίων, όπως και σε κάθε άλλη δικαστική ή δημόσια αρχή, δεσμεύει την επιχείρηση και συνομολογεί επ' ονόματι και για λογαριασμό πάσης φύσης σύμβασης μέχρι 2.100.000 ευρώ.

Από τα παραπάνω μέλη ο κ. Ασημάκης Λεωνίδας αποτελεί ανεξάρτητο μέλος, υπό την εννιά ότι δε συνδέεται με άλλη σχέση με την Εταιρία και τους μετόχους της, πλην της εν λόγω συμμετοχής του στο Δ.Σ. της.

Τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, πλαισιώνονται στην άσκηση της διεύθυνσης της Εταιρίας από έμπειρα στελέχη. Το Συμβούλιο Διεύθυνσής της αποτελείται από τους εξής :

1. Μαρτιγόπουλος Ευάγγελος: Από το Φεβρουάριο του 2000 έχει αναλάβει καθήκοντα Γενικού Εμπορικού Διευθυντή της Εταιρίας.
2. Φωτιάδης Ηλίας: Έχει αναλάβει καθήκοντα Γενικού Οικονομικού Διευθυντή. Εντάχθηκε στο δυναμικό της εταιρίας τον Ιούνιο του 1998.
3. Τσώλας Νικόλαος: Είναι Γενικός Τεχνικός Διευθυντής. Εντάχθηκε στο δυναμικό της εταιρίας τον Ιούνιο του 2000 προερχόμενος από την STET Hellas.
4. Στουκίδης Μεγακλής: Εκτελεί χρέη Γενικού Εμπορικού Διευθυντή. Εντάχθηκε στο δυναμικό της εταιρίας τον Αύγουστο του 2000.
5. Νικολαΐδη Ειρήνη: Είναι η Νομικός Σύμβουλος της εταιρίας και Διευθύντρια Νομικών Υπηρεσιών, Ρυθμιστικών Θεμάτων και Ανταγωνισμού, ανήκει στο στελεχιακό δυναμικό της Cosmote από την ίδρυσή της.
6. Μαυρόγαλος Σπύρος: εντάχθηκε στο δυναμικό της εταιρίας τον Απρίλιο του 2002, στη θέση του Διευθυντή Εσωτερικού Ελέγχου.
7. Ιωαννίδου Ξυρέλλα: Είναι Προϊστάμενη της Υπηρεσίας Εξυπηρέτησης Μετόχων και Εταιρικών Ανακοινώσεων (Υπεύθυνη Επενδυτικών Σχέσεων) της Εταιρίας από τον Αύγουστο του 2000, προερχόμενη από τη VODAFONE.

Σύμφωνα με την Απόφαση 5/204/14.11.2000 του Δ.Σ. της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς, η Εταιρία έχει Εσωτερικό Ελεγκτή τον κ. Σ. Μαυρόγαλο και Υπεύθυνη Επενδυτικών Σχέσεων την κ. Μ. Ιωαννίδου.

Κανένα από τα ανωτέρω διευθυντικά στελέχη δεν ασκεί σημαντικές λοιπές δραστηριότητες εκτός της COSMOTE, ενώ κάποια από τα διευθυντικά στελέχη της συμμετέχουν στη διοίκηση εταιριών του Ομίλου ΟΤΕ.

Επίσης κανένα από τα μέλη του Δ.Σ., καθώς και από τα στελέχη της Διεύθυνσης της Νέας Εταιρίας δεν έχει καταδικαστεί τελεσίδικα για ατιμωτικές πράξεις, οικονομικά εγκλήματα ή είναι αναμειγμένο σε δικαστικές εκκρεμότητες που αφορούν πτώχευση, εγκληματική πράξη, και απαγόρευση άσκησης:

- επιχειρηματικής δραστηριότητας
- χρηματιστηριακών συναλλαγών και
- επαγγέλματος ως σύμβουλος επενδύσεων, διευθυντικό στέλεχος τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών, ανάδοχος έκδοσης, στέλεχος χρηματιστηριακών εταιρειών κ.τ.λ.

11.10. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ & ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Η αριθμητική εξέλιξη του μέσου όρου του προσωπικού της Cosmote, όπως απεικονίζεται στα παρακάτω προσαρτήματα ήταν 338 άτομα μόνιμο προσωπικό το 2000, που έφθασε τα 467 άτομα μόνιμο προσωπικό το 2001. Παράλληλα η εταιρία εκμισθώνει προσωπικό από άλλες εταιρίες. Η κατανομή του ανά εταιρία (συμπεριλαμβανομένου του μόνιμου) και κατά τομέα απασχόλησης είναι κατά την διετία 2000 - 2001 παρουσιάζεται αντίστοιχα στους πίνακες που ακολουθούν :

ΜΟΝΙΜΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	2000	2001
COSMOTE	338	467
ΟΤΕ	76	68
Όμιλος Telenor	1	0
Λοιπές Εταιρίες	500	819
Σύνολο	915	1.354
ΤΟΜΕΑΣ	2000	2001
Διοικητικός	61	90
Οικονομικός	30	150
Εμπορικός	494	626
Τεχνικός	330	488
Σύνολο	915	1.354

πίνακας (16)

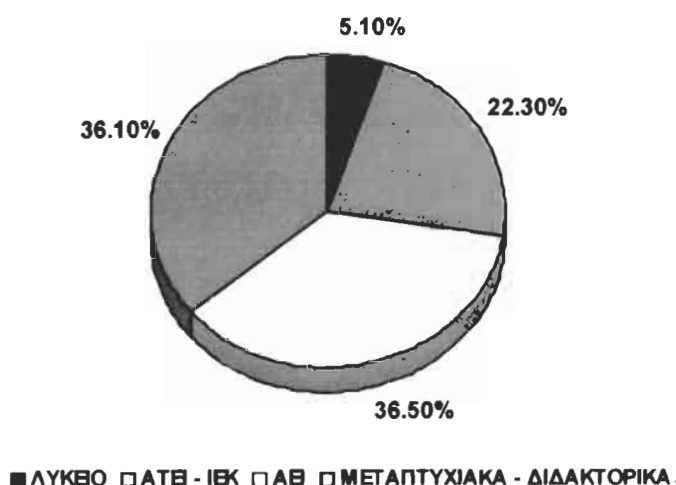
*πηγή (19),(21),(22)

Οι συνολικές δαπάνες του προσωπικού ανήλθαν σε 44,7 εκατ. ευρώ έναντι 27,3 εκατ. ευρώ που ήταν το 2000. Για τη χρήση 2001 το σύνολο των αμοιβών των διευθυντικών στελεχών ανήλθε στο ποσό των 910 χιλ. ευρώ. Οι αμοιβές που κατέβαλε στα μέλη του Δ.Σ. ανήλθαν στο ποσό των 52,5 χιλ. ευρώ. Το μοναδικό μέλος του Δ.Σ. με έμμισθη σχέση εργασίας με την Εταιρία είναι ο Διευθύνων Σύμβουλος, Μαρτινόπουλος Ευάγγελος, του οποίου οι αμοιβές και λοιπές παροχές κατά τη χρήση 01/01/2001-31/12/2001 ανήλθαν σε 266,65 χιλ. ευρώ.

Σύμφωνα με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης στις 31/7/00 αποφασίσθηκε ετήσιο πρόγραμμα ανταμοιβής του προσωπικού της, το οποίο ισχύει και σήμερα. Τον Ιανουάριο κάθε έτους θα καταβάλλεται στους εργαζομένους στην Cosmote, ετήσιο πριμ απόδοσης, εφόσον η εταιρία έχει επιτύχει τους επιχειρησιακούς στόχους που περιέχονται στον προϋπολογισμό και ο συγκεκριμένος εργαζόμενος έχει επιτύχει τους στόχους που του τέθηκαν για το έτος αυτό σύμφωνα με το σύστημα αξιολόγησης που εφαρμόζει η COSMOTE. Η κατανομή του θα γίνεται από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο και δεν θα υπερβαίνει τους τρεις (3) μηνιαίους μισθούς για τα υψηλόβαθμα στελέχη και δύο (2) για τους υπόλοιπους εργαζομένους, πλην εξαιρετικών περιπτώσεων κατά την κρίση του Διευθύνοντα Συμβούλου της εταιρίας.

Η COSMOTE δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη στελέχωση της με έμπειρα στελέχη ικανά να συνεισφέρουν στην απρόσκοπτη ανάπτυξή της σε όλα τα επίπεδα. Από την αρχή της λειτουργίας της το στελεχιακό δυναμικό της έχει αυξηθεί ραγδαία και ανέρχεται σε 467 άτομα συνολικά. Ο μέσος όρος προϋπηρεσίας των υπαλλήλων της είναι περίπου 7 χρόνια.

Το παρακάτω διάγραμμα υποδηλώνει το εκπαιδευτικό επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρίας :



διάγραμμα (10)

*πηγή (19)

Παράλληλα δίνει έμφαση στη διαρκή εκπαίδευσή του σε θέματα νέων τεχνολογιών και σε θέματα διοίκησης. Το 2001, πραγματοποιήθηκαν σεμινάρια πάνω σε θέματα διοίκησης, αξιολόγησης προσωπικού, επικοινωνίας, ποιοτικής εξυπηρέτησης πελατών, τεχνικής εκπαίδευσης στο σύστημα DCS 1800. Επίσης, πραγματοποιήθηκε εκπαίδευση πάνω στο Microsoft Office με την νέα μέθοδο του e-learning, εκπαιδεύτηκαν περίπου 700 στελέχη αφιερώνοντας 4.200 ανθρωποώρες.

11.11. ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Με τη δυναμική που τη χαρακτηρίζει, η COSMOTE εισέρχεται σε νέες δραστηριότητες και εξαπλώνεται γεωγραφικά, βασισμένη στη μακρόπνοη στρατηγική της, δημιουργώντας νέες πηγές εσόδων. Διαθέτει πληθώρα θυγατρικών εταιριών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον ευρύτερο τομέα των επικοινωνιών. Εκτός από την χώρα μας, δραστηριοποιείται κυρίως στις αγορές της νοτιοανατολικής Ευρώπης, γεγονός που αποτελεί μια ξεκάθαρη στρατηγική, με στόχο την διεύρυνση της πελατειακής του βάσης και την εδραίωση της ισχυρής θέσης του Ομίλου στο χώρο των ευρωπαϊκών επικοινωνιών.

1. Εξαγοράζει το 85% της Αλβανικής εταιρίας κινητών τηλεπικοινωνιών AMC, της πρώτης εταιρίας κινητής τηλεφωνίας στην Αλβανία, με 442.882 συνδρομητές σήμερα (30/09/2002) και εντυπωσιακά οικονομικά αποτελέσματα. Το πρώτο εξάμηνο του 2002, ο κύκλος εργασιών της αυξήθηκε κατά 39% σε σχέση με τον

κύκλο εργασιών του πρώτου εξαμήνου του 2001 ενώ το περιθώριο κερδοφορίας της AMC (EBITDA) είναι από τα υψηλότερα στην Ευρώπη (περίπου 64%).

2. Συμμετέχει στη δημιουργία της cosmoONE, της πρώτης εταιρίας διεπιχειρησιακού ηλεκτρονικού εμπορίου (business to business) στην Ελλάδα, σε συνεργασία με τον παγκόσμιο ηγέτη COMMERCE ONE.
3. Συνεργάζεται με τη VIRGIN και δημιουργεί το Cosmo-ΜΕΓΑΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ, το μεγαλύτερο μουσικό site στην Ελλάδα, με στόχο την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου και σε καταναλωτές.
4. Επίσης, συνάπτει συμφωνία με τη YAHOO! - την εταιρία κολοσσό στο χώρο του internet - προσφέροντας έτσι στους πελάτες της εξειδικευμένες υπηρεσίες πληροφόρησης.

Τέλος, υπέγραψε συμφωνία με τον ΟΤΕ και την ΟΤΕ International για τη διαχείριση δυο εκ των εταιριών κινητής τηλεφωνίας του Ομίλου, της Globul και της MTS.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους όρους που προβλέπει η σχετική σύμβαση, η COSMOTE καθίσταται υπεύθυνη για τη συνολική διαχείριση του οικονομικού, τεχνικού, εμπορικού και λειτουργικού τομέα της Globul στη Βουλγαρία και της MTS στην ΠΓΔΜ, με στόχο τη δημιουργία ενισχυμένων υπεραξιών για τους μετόχους με τον αποτελεσματικότερο δυνατό τρόπο. Η COSMOTE θα αναλάβει την πλήρη διαχειριστική ευθύνη (management) μετά την ολοκλήρωση της επισκόπησης των δυο εταιριών (εντός 60 ημερών) και τη συνεδρίαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της COSMOTE.

11.12. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Με αφετηρία το όραμα για κινητή τηλεφωνία προσιτή σε όλους τους Έλληνες και με συνέπεια στη φιλοσοφία της ότι η προσφορά στη κοινωνία αποτελεί υποχρέωσή της, η COSMOTE συνεχίζει να υποστηρίζει κάθε σοβαρή προσπάθεια που στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των Ελλήνων και την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας και κληρονομιάς της πατρίδας μας.

Στα τέσσερα χρόνια εμπορικής λειτουργίας της, η δράση της COSMOTE υπήρξε αξιόλογη και πολύμορφη. Έχει αναπτύξει αξιόλογη δράση στον τομέα των χορηγιών και της κοινωνικής προσφοράς, αποδεικνύοντας ότι εκτός από την τεχνολογική διάσταση, διαθέτει κοινωνική συνείδηση και ευαισθησία. Η εταιρία στηρίζει με συνέπεια σημαντικές ενέργειες στους τομείς του Πολιτισμού, του Περιβάλλοντος, του Αθλητισμού, της Επιστήμης και του Επιχειρείν, ενώ αξιόλογη είναι και η προσφορά της προς τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες και ιδιαίτερα τα παιδιά.

Πολιτισμός

Η COSMOTE, ως η ελληνική εταιρία κινητής τηλεφωνίας, δίνει προτεραιότητα σε προγράμματα που πρωταρχικό στόχο έχουν την προβολή της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς σε ελληνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, υποστηρίζοντας σημαντικές πολιτιστικές εκδηλώσεις, με έμφαση στην ελληνική περιφέρεια, ενώ

ταυτόχρονα ενισχύουν το κοινωνικό της πρόσωπο. Με κυρίαρχη δράση τα Θεατρικά Δρώμενα και τη Μουσική :

- Γίνεται χορηγός της μεγαλειώδους έκθεσης "Ο αιώνας του Πικάσο".
- Στηρίζει το Θέατρο μέσω της χορηγίας της στα έργα, "Στο Δρόμο Μου Ένας Άγγελος", "Τολμηρές Πολαρόιντ", "Νεφέλες και Ηλέκτρα" και κάνοντας μαθήματα για το Αρχαίο Ελληνικό Δράμα στην Επίδαυρο.
- Υποστήριξε το υπερθέαμα Μάλα, "Η Μουσική Του Ανέμου".
- Την έντονη παρουσία της στα πολιτιστικά δρώμενα του τόπου μας σφράγισε η χορηγία της στο παγκοσμίας φήμης "New York City Ballet" στο Ηρώδειο.

Κοινωνία

Με συνέπεια προς την κοινωνική της πολιτική και τη χορηγική της δραστηριότητα, η COSMOTE υποστηρίζει πληθώρα σημαντικών ενεργειών, που έχουν σαν κύριο στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των Ελλήνων αλλά και την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης για μια διαρκή προσφορά στο κοινωνικό σύνολο.

- Υποστηρίζει τις εκστρατείες του σωματείου "Φίλοι Κοινωνικής Παιδιατρικής, Ανοιχτή Αγκαλιά" στις ακριτικές περιοχές.
- Διοργάνωσε Βραδιά Αγάπης με το Μίμη Πλέσσα και το Στέφανο Κορκολή.
- Βρίσκεται κοντά στην επιστημονική κοινότητα.
- Με τη βοήθεια της, εξοπλίζεται με ιατρικά μηχανήματα η Μονάδα Πρόωρων Νεογνών και το Καρδιολογικό Ιατρείο του Νοσοκομείου Π. & Α. Κυριακού.
- Είναι κοντά στα Παιδιά με Κινητικά Προβλήματα, με την παροχή χρημάτων ή την προσφορά Χριστουγεννιάτικων καρτών προς την ΕΛΕΠΑΠ.
- ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ COSMOTE, ύψους επτά χιλιάδων ευρώ: 10 νέοι κάθε χρόνο σπουδάζουν με τη βοήθεια της κινητής τηλεφωνίας Cosmote.

Περιβάλλον

Η COSMOTE παρέχει την υποστήριξή της σε σημαντικές πρωτοβουλίες που επιδιώκουν τη διασφάλιση του περιβάλλοντος, με βασικό άξονα την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και την παρότρυνση σε ενεργό δράση για την προστασία του φυσικού πλούτου της Ελλάδας. Στοχεύοντας στην ευαισθητοποίηση του συνόλου των πελατών της στάθηκε ο κεντρικός χορηγός δύο προγραμμάτων που τελούν υπό την αιγίδα του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. :

- Ήταν ο κεντρικός χορηγός του Προγράμματος "Για Καθαρές Θάλασσες και Ακτές" και του
- "Ποτάμια και Λίμνες της Πατρίδας μας".

Στα πλαίσια του Προγράμματος, πραγματοποιούνται μετρήσεις και ενημερώνεται το κοινό για την καθαρότητα των θαλασσών και των ακτών μας, σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.

Αθλητισμός

Πιστή στα ιδεώδη που προωθεί ο αθλητισμός, η COSMOTE υποστηρίζει ενεργά αθλητικά σωματεία, διοργανώσεις και αθλητές, με κορυφαία ενέργεια την υποστήριξη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Ολυμπιακοί Αγώνες

Με πίστη στις δυνάμεις της χώρας μας και στη δυνατότητά της να πραγματοποιήσει τους πιο άρτιους Αγώνες στην ιστορία του θεσμού, η COSMOTE συμμετέχει ως Μέγας Χορηγός στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 σε κοινοπραξία με τον ΟΤΕ και την ΟΤΕnet.

Ο στόχος της είναι διπλός : Αφενός, η ανάπτυξη της κατάλληλης τηλεπικοινωνιακής υποδομής πριν και κατά τη διάρκεια των Αγώνων, η οποία θα φέρει τη χώρα μας ανάμεσα στις πιο προηγμένες τηλεπικοινωνιακά χώρες του κόσμου, αφετέρου, η ενεργός συμμετοχή της στην όλη διοργάνωση παράλληλα με τη χορηγία Ολυμπιονικών, καθώς και διακεκριμένων πρωταθλητών.

Επιμέρους αθλητικές Διοργανώσεις

- Η χορηγία των Ιστιοπλοϊκών Αγώνων του Ν.Ο.Α. & το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα.
- Η χορηγία των αγώνων υπεραπόστασης Σπάρταθλον.
- Αθλόπολις

Το Αθλόπολις είναι μια «πόλη» που κινείται για να μεταφέρει την ατμόσφαιρα των Ολυμπιακών Αγώνων σε κάθε γωνιά της Ελλάδας και δημιουργήθηκε από τον ΟΤΕ και την COSMOTE (Μεγάλοι Εθνικοί Χορηγοί των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004). Η «Αθλόπολις» είναι μια νέα «πόλη» έκτασης 2.000 m². Με τον πρωτοποριακό και υψηλής τεχνολογίας εξοπλισμό της μεταφέρει τις αξίες της συμμετοχής, της αγωνιστικότητας και του εορτασμού των Ολυμπιακών Αγώνων σε κάθε Έλληνα.

Επιχειρείν/Τεχνολογία

Η COSMOTE στέκεται αρωγός σε κάθε σοβαρή προσπάθεια που στόχο έχει την προώθηση και ανάπτυξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα στον τομέα των νέων τεχνολογιών.

- Η COSMOTE για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά ενισχύει και υποστηρίζει τις δραστηριότητες της Εταιρείας Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων (ΕΑΣΕ).
- Γίνεται χορηγός του 1ου Συνεδρίου Οικονομικών Διευθυντών και Χρυσός Χορηγός στο Business Forum για την ελληνική επιχείρηση.
- Υποστήριξε το 6ο Βαλκανικό Συνέδριο Επιχειρησιακής Έρευνας.

Άλλες Εκδηλώσεις

- "What's Up? - Art is up"

Σε μια πρωτότυπη εκδήλωση με έντονο νεανικό χρώμα και παρουσία του Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρίας πραγματοποιήσε την 1η Ιουλίου η απονομή των βραβείων στους νικητές του εικαστικού διαγωνισμού Art is Up, που διοργάνωσε η COSMOTE. (19),(20)



Ο Μ Ι Λ Ο Σ Ε Τ Α Ι Ρ Ι Ω Ν

12.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Η εταιρία ΓΕΡΜΑΝΟΣ Ανώνυμος Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρία Ηλεκτρονικού και Τηλεπικοινωνιακού Υλικού και Παροχής Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνίας, με το διακριτικό τίτλο ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ, ιδρύθηκε το 1989 (ΦΕΚ 3971/20.11.1989) με Αριθμό Μητρώου Ανωνύμων Εταιριών 20523/04/B89/577 και έδρα το Δήμο Αθηναίων. Με την από 5/12/1991 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων, η έδρα της μεταφέρθηκε στο Δήμο Μεταμόρφωσης Αττικής και εν συνεχεία, με την από 10/05/1993 απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων, ορίστηκε η σημερινή έδρα, που είναι η Κοινότητα Νέου Ολβίου του Νομού Ξάνθης, Μητρώο : ΑΡ.Μ.Α.Ε.20523/06/Β/89/45. Τα κεντρικά γραφεία της βρίσκονται στο 23^ο χλμ. Εθν.Οδού Αθηνών - Λαμίας, στον Άγιο Στέφανο Αττικής, 145 65. Η διάρκεια της Εταιρίας σύμφωνα με το καταστατικό ίδρυσής της έχει οριστεί σε ενενήντα χρόνια, μέχρι τις 31/12/2079.

Σύντομο Ιστορικό του Ομίλου

1980 Πρώτο εξειδικευμένο κατάστημα λιανικής πώλησης ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην Αθήνα, για μπαταρίες κάθε είδους.

1989 Ίδρυση της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΜΠΑΤΑΡΙΕΣ - ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΠΑΤΑΡΙΩΝ. Επέκταση του δικτύου καταστημάτων λιανικής ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

1990 Ίδρυση του πρώτου καταστήματος ΓΕΡΜΑΝΟΣ, με τη μέθοδο Franchising.

1991 Εξαγορά του βιομηχανικού συγκροτήματος Sunlight στην Ξάνθη.

1992 Δραστηριοποίηση στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

1994 Δραστηριοποίηση στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Επέκταση στο χώρο της αμυντικής βιομηχανίας.

1998 Έναρξη συνεργασίας με COSMOTE και TELESTET. Είναι η πρώτη εταιρία που προσφέρει υπηρεσίες δύο δικτύων κινητής τηλεφωνίας.

1999 Σύσταση της εταιρίας E - VALUE, που δραστηριοποιείται στο χώρο των Call Centres.

2000 Εισαγωγή στην κύρια αγορά του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ). Σύσταση της εταιρίας NG SYSTEMS, που παρέχει ολοκληρωμένες end-to-end λύσεις επικοινωνιών τηλεπληροφορικής και Internet. Δημιουργία των εταιριών INFOTEL LTD., GERMANOS TELECOM ROMANIA και GERMANOS TELECOM BULGARIA, που δραστηριοποιούνται στον ίδιο χώρο με την ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ σε Κύπρο, Ρουμανία και Βουλγαρία αντίστοιχα, Δημιουργία των εταιριών SUNLIGHT ROMANIA και SUNLIGHT BULGARIA, που δραστηριοποιούνται στο χώρο της εμπορίας βιομηχανικών συσσωρευτών στη Ρουμανία και τη Βουλγαρία αντίστοιχα.

2001 Εξαγορά του δικτύου EKO CONTEL και TCM στην Πολωνία, 94 συνολικά καταστημάτων.

2002 Συμφωνία με τον ΟΤΕ για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας στην Ελλάδα και στη Ρουμανία. Δημιουργία της εταιρίας GERMANOS TELECOM AD-SKOPJE.(23),(24)

12.2. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Στο ακόλουθο διάγραμμα (11) αποτυπώνεται το ποσοστό συμμετοχής της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ σε κάθε μία από τις εταιρείες που αναφέρονται.

ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ

Π.ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΕΒΕ 89.79%	GERMANOS TELECOM BULGARIA AD 90%
MULTIRAMA ΑΕΒΕ 41.91%	GERMANOS TELECOM ROMANIA SA 59%
BEST Α.Ε. 80%	SUNLIGHT BULGARIA LTD 88%
OPTICOM Α.Ε. 70%	SUNLIGHT ROMANIA SRL 88%
WEB CITY 90%	ECO CONTEL SP.ZO.O 100%
E-VALUE Α.Ε. 70%	WORLD COMMUNICATIONS INC 30.77%
LASE Α.Ε. 40%	GERMANOS CYPRUS LIMITED 80%
N.G. SYSTEMS HELLAS SA 50%	OTENET CYPRUS LTD 20%

Ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται και δίνοντας εξέχουσα σημασία, στην ποιοτική επικοινωνία με τον τελικό καταναλωτή, έχει δημιουργήσει μία ξεχωριστή εταιρική εικόνα κατέχοντας ηγετική θέση στον Ελληνικό χώρο. Πιστός στην ποιοτική εξυπηρέτηση των αναγκών των καταναλωτών, σε προϊόντα και υπηρεσίες, θέτει ως βασικούς στρατηγικούς άξονες για την ανάπτυξή της, τα Εξειδικευμένα Δίκτυα Καταστημάτων Πώλησης Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών και την Παραγωγή και Διανομή Προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας.

Τα Εξειδικευμένα Δίκτυα Καταστημάτων Τηλεπικοινωνιών αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της εταιρίας, αλλά και τη βάση για την περαιτέρω ανάπτυξή της σε χώρες που παρουσιάζονται ή διαφαίνονται αξιόλογες επιχειρηματικές ευκαιρίες, χρησιμοποιώντας πάντα σαν "οδηγό" το επιτυχημένο μοντέλο ανάπτυξής της στον Ελληνικό χώρο. Βασικός της στόχος στον τομέα αυτό, αποτελεί η κατάληψη ηγετικής θέσης στις χώρες που δραστηριοποιείται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθεί, δημιουργώντας πολλαπλά οφέλη.

12.3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Οι δραστηριότητες του Ομίλου, εστιάζονται στον τομέα των εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών και στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του καταστατικού, σκοπός της Εταιρίας είναι :

1. Η παραγωγή, εμπορία, εισαγωγή, εξαγωγή, χονδρική και λιανική πώληση και συναρμολόγηση κάθε είδους συσσωρευτών (μπαταριών) και πάσης φύσεως ενσύρματων και ασύρματων συσκευών και ειδών εφαρμογής ηλεκτρισμού, ηλεκτρονικής και τηλεπικοινωνίας, υπολογιστών, καθώς και ηλεκτρολογικού, ηλεκτρονικού και τηλεπικοινωνιακού υλικού.
2. Η παροχή υπηρεσιών και προϊόντων τηλεπικοινωνιών με τους περιορισμούς του Ν. 2246/94, όπως ισχύει, η ανάπτυξη, εγκατάσταση, λειτουργία, διαχείριση και εκμετάλλευση των πάσης φύσεως υπηρεσιών κινητής και σταθερής επικοινωνίας, υπηρεσιών Internet, όπως υπηρεσιών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλληλοδραστικού διαλόγου (IRC), μεταφοράς αρχείων (FTR), πρόσβαση σε κατανεμημένες βάσεις πληροφοριών.
3. Η εκπομπή σε ραδιοφωνική ή/και τηλεοπτική συχνότητα, καλωδιακή ή ψηφιακή τηλεόραση, με τη συμμετοχή ή και τη σύσταση νομικών προσώπων ή άλλων φορέων.
4. Η ανάληψη δραστηριοτήτων συναφών προς τις τηλεπικοινωνίες, συμπεριλαμβανομένων του σχεδιασμού συστημάτων, καθώς και της αναπτύξεως, παραγωγής, χρήσεως, πωλήσεως, εκμισθώσεως, μισθώσεως, χρηματοδοτικής μισθώσεως και συντηρήσεως, αποκτήσεως κυριότητας ή δικαιωμάτων χρήσεως ή εκμεταλλεύσεως τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού.
5. Η απόκτηση κυριότητας, χρήσεως ή εκμεταλλεύσεως, επί τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού και μέσων παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, η εγκατάσταση, λειτουργία, εκμετάλλευση και κάθε άλλη συναφής πράξη σε σχέση με κάθε είδους σύστημα ακόμη και μελλοντικού, κινητής και σταθερής τηλεφωνίας.
6. Η έρευνα και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, ευρεσιτεχνιών, σχεδίων και πατέντων, όσον αφορά τις νέες ή και μελλοντικές υπηρεσίες δικτύου Internet, ιδίως υπηρεσιών ηλεκτρονικού καταλόγου, διαφήμισης και προώθησης προϊόντων μέσω Internet.
7. Η ανάπτυξη και παροχή νέων προηγμένων υπηρεσιών, ιδίως αλληλοδραστικών υπηρεσιών Video, προσωπικών υπηρεσιών πολυμέσων.
8. Η αντιπροσώπευση οίκων του εσωτερικού και εξωτερικού, παραγωγής και εμπορίας των ανωτέρω ειδών και η παροχή υπηρεσιών σχετικών με τη μελέτη, εφαρμογή και χρησιμοποίηση των αμέσως ανωτέρω προϊόντων.
9. Η ίδρυση, συνεργασία και συμμετοχή σε άλλες ομοειδείς και συναφείς ή μη εταιρίες, οποιουδήποτε εταιρικού τύπου στην Ελλάδα και το εξωτερικό και
10. Κάθε παραγωγική και εμπειρική δραστηριότητα συναφής προς το σκοπό της εταιρίας.

Για την υλοποίηση του σκοπού της η εταιρία δύναται να αγοράζει ακίνητα και αυτοκίνητα, να επενδύει τα διαθέσιμα της σε τίτλους και αξιόγραφα εισηγμένα ή μη σε χρηματιστήρια εσωτερικού και εξωτερικού σε ελληνικές και αλλοδαπές εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου κ.λ.π. και να αντλεί κεφάλαια για τα επενδυτικά της προγράμματα από κάθε πηγή που προβλέπεται από τους Ελληνικούς Αναπτυξιακούς Νόμους (Ν. 1892/1990 κ.λ.π.) και τους Κανόνες και τις Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ενώσεως, ακόμα δε να παρέχει πάσης φύσεως εγγυήσεις, τριτεγγυήσεις κ.λ.π. στο όνομα της εταιρίας υπέρ τρίτων φυσικών και νομικών προσώπων. (23)

12.4. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ - ΣΥΝΔΕΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

1. Π. ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΕΒΕ (89.79%). Η εταιρία ιδρύθηκε το 1986 και προέρχεται από την μετατροπή της ομόρρυθμης εταιρίας ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΕΡΜΑΝΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. Έχει διάρκεια 75 έτη και έδρα της είναι ο Δήμος Αγ. Στεφάνου Αττικής. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανωνύμων εταιριών της Νομαρχίας Ανατολικής Αττικής με αριθμό 14334/04/β/86/105(98). Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η κατασκευή και η εμπορία χονδρικής και λιανικής μπαταριών, συσσωρευτών και συναφών ειδών, ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών μικροσυσκευών και οργάνων, περιλαμβανομένων και ασυρματικών και ενσυρματικών συσκευών επικοινωνίας και γενικά τηλεπικοινωνιακού και ηλεκτρονικού υλικού και συναφών ειδών, καθώς και η αντιπροσώπευση συναφών οίκων του εσωτερικού και εξωτερικού. Η εταιρία συμμετέχει στις παρακάτω εταιρίες :

1. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΡΟΚΟΠΗΣ & ΣΙΑ Ε.Π.Ε κατά 50%
2. ΠΡΟΚΟΠΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. κατά 25%
3. Χ. ΓΚΑΓΚΑΝΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. κατά 25%

2. MULTIRAMA ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (41.91%).

Η εταιρία συμμετέχει στις παρακάτω εταιρίες :

1. ΑΘΗΝΑΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.Β.Ε. κατά 95%
2. INTERSTYLE Ε.Π.Ε. κατά 99,81%
3. MULTIRAMA ΛΑΡΙΣΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. κατά 100%
4. MULTIVISION Ε.Π.Ε. κατά 26%
5. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΒΑΛΑΣ Ε.Π.Ε. κατά 20%
6. ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.Ε. κατά 99%
7. MULTIRAMA ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ Ε.Π.Ε. κατά 20%
8. RETAIL ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Ε.Π.Ε. κατά 70%

3. BEST-e ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΝΑΦΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ Α.Ε. (80%). Η εταιρία ιδρύθηκε το 2000. Έχει διάρκεια 50 έτη και έδρα της σήμερα είναι ο Δήμος Αγ. Στεφάνου Αττικής. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών της Νομαρχίας Αθηνών με αριθμό 45618/04/Β/00/47. Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η άσκηση εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου ηλεκτρονικά για την προμήθεια, εμπορία, διανομή, πώληση από απόσταση πάσης φύσεως εμπορευμάτων, προϊόντων και

υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου (internet) ή οποιουδήποτε τηλεπικοινωνιακού δικτύου, κινητής ή μη τηλεφωνίας προς φυσικά και νομικά πρόσωπα οπουδήποτε στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, η παροχή στο ευρύ κοινό υπηρεσιών σύνδεσης με τηλεπικοινωνιακά δίκτυα και η μετάδοση δεδομένων μέσω αυτών σε εμπορική βάση, η παροχή υπηρεσιών βασισμένων στις ιδιότητες του διαδικτύου (Internet) και η σχεδίαση, δημιουργία και προώθηση επικοινωνιακών λύσεων για την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του διαδικτύου, η σύνδεση με ημεδαπά ή αλλοδαπά κέντρα πληροφορικής για την αγορά και μεταπώληση οικονομικών και εμπορικών πληροφοριών, η οργάνωση σεμιναρίων και παροχή τεχνογνωσίας στους τομείς που συνδέονται με τους σκοπούς της εταιρίας, η αντιπροσώπευση αλλοδαπών και ημεδαπών οίκων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, ίδρυση υποκαταστημάτων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

4. OPTICOM ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ Α.Ε. (70%). Η εταιρία ιδρύθηκε με την νομική μορφή της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης το 1989. Εν συνεχεία, τον Ιούνιο του 2000 η εταιρία μετατράπηκε σε ανώνυμη εταιρία και εισήλθε στο μετοχικό της κεφάλαιο η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ. Έχει διάρκεια 50 έτη και η έδρα της είναι ο Δήμος Αμαρουσίου. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών της Νομαρχίας Αθηνών με αριθμό 46612/01ΑΤ/00/334.

Σύμφωνα με το καταστατικό σκοπός της εταιρίας είναι η παραγωγή κινηματογραφικών και διαφημιστικών ταινιών (films, video), οι μελέτες αγοράς κάθε είδους ή υπηρεσίας, η προώθηση και οργάνωση δημοσίων σχέσεων, η παραγωγή και πώληση διαφημιστικών υλικών και κάθε είδους παρεμφερείς δραστηριότητες, η παροχή των εξής υπηρεσιών σε σχέση με το διαδίκτυο (internet) : Υπηρεσίες σχεδιασμού, δημιουργίας και υποστήριξης ιστοσελίδων (web sites, web pages), ανάπτυξη και υποστήριξη συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και συναλλαγών (e-commerce, e-trading), ανάπτυξη και υποστήριξη συστημάτων εκπαίδευσης μέσω διαδικτύου, προώθηση των ιστοσελίδων μέσω του διαδικτύου (web marketing), ανάπτυξη και υποστήριξη συστημάτων τεχνολογίας DVD (Digital Versatile Disk) προώθηση των ιστοσελίδων μέσω του διαδικτύου και κάθε είδους εφαρμογών πολυμέσων (multimedia), ανάπτυξη και υποστήριξη συστημάτων ανάπτυξης λογισμικού για υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας, ανάπτυξη και υποστήριξη εφαρμογών μέσω πρωτοκόλλων ασύρματης επικοινωνίας (wap) καθώς και η εν γένει μελέτη και ανάπτυξη προγραμμάτων λογισμικού κάθε είδους, περιλαμβανομένων και των ανωτέρω και η εμπορία τους και η διαμεσολάβηση και η παροχή υπηρεσιών στον τομέα του Λογισμικού και της Πληροφορικής γενικά και κάθε άλλη συναφής δραστηριότητα.

5. WEB CITY (90%). Η εταιρία ιδρύθηκε το 2001 (ΦΕΚ 3971/15.6.2001). Έχει διάρκεια μέχρι την 31/12/2050 και η έδρα της είναι ο Δήμος Αγ. Στεφάνου Αττικής.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η εκμετάλλευση σε μισθωμένα ή ιδιόκτητα ακίνητα, κυλικείων, εστιατορίων, bar, καφετεριών, αναψυκτηρίων και λοιπών καταστημάτων ειδών εστίασεως, η οργάνωση δεξιώσεων, συνεδρίων, ημερίδων, διημερίδων, σεμιναρίων, διαλέξεων και λοιπών εκδηλώσεων, καθώς και ο εφοδιασμός τους με edésματα, αναψυκτικά, καφέ, ποτά και όλα τα απαραίτητα συναφή είδη, η αγορά και η τοποθέτηση τερματικών συσκευών,

ηλεκτρονικών υπολογιστών στους ανωτέρω χώρους ώστε να δίδεται η δυνατότητα στον τελικό χρήστη-καταναλωτή να έχει άμεση πρόσβαση στο διαδίκτυο, έναντι αμοιβής, η άσκηση εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου, εμπορία, διανομή και πώληση πάσης φύσεως εμπορευμάτων, προϊόντων και υπηρεσιών προς φυσικά ή νομικά πρόσωπα στην ημεδαπή και στην αλλοδαπή, η παροχή στο ευρύ κοινό υπηρεσιών σύνδεσης με τηλεπικοινωνιακά δίκτυα και η μετάδοση δεδομένων μέσω αυτών σε εμπορική βάση, η παροχή υπηρεσιών βασισμένων στις ιδιότητες του διαδικτύου (internet). Η εταιρία συμμετέχει στις παρακάτω εταιρίες :

1. WEB CITY kft κατά 90%
2. ECO CONTEL Sp.ZO.O κατά 100%

6. E-VALUE A.E. (70%). Η εταιρία ιδρύθηκε την 13/9/1999. Έχει διάρκεια 90 έτη και έδρα της είναι ο Δήμος Ξάνθης. Είναι καταχωρημένη στο Μητ. Ανωνύμων Εταιριών της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Δράμας-Καβάλας-Ξάνθης με αριθμό 43813/66/B/99/01 4.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η παροχή επ' αμοιβή υπηρεσιών άμεσου marketing (Direct Marketing) μέσω οποιουδήποτε τηλεπικοινωνιακού δικτύου (συμπεριλαμβανομένου του διαδικτύου) προς φυσικά ή νομικά πρόσωπα, η παροχή υπηρεσιών υποστήριξης (Help desk) ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών, προϊόντων πληροφορικής καθώς και προϊόντων τεχνολογίας επικοινωνιών, η ανάπτυξη, εγκατάσταση, λειτουργία, διαχείριση και εκμετάλλευση νέων υπηρεσιών βάση τεχνολογικών εξελίξεων στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, πληροφορικής και τηλεπληροφορικής, καθώς και οποιασδήποτε άλλης υπηρεσίας δυνάμενης να παρασχεθεί μέσω οποιουδήποτε δικτύου, η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων (περιλαμβανομένων και των συμβουλευτικών υπηρεσιών) προς τρίτους καθώς και η ίδρυση από την εταιρία ή με άλλους, βάσεων πληροφοριών καθώς και η έρευνα, ανάπτυξη μελέτη, εφαρμογή και εκτέλεση πάσης φύσεως έργων ή παροχή υπηρεσιών συμβούλων και η ανάληψη εκπόνηση και παροχή προς το ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα ολοκληρωμένων μελετών και εφαρμογών στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και του άμεσου marketing, η παραγωγή, επεξεργασία, εμπορία, εισαγωγή και εγκατάσταση λογισμικού (software).

7. LASE A.E. (40%). Η εταιρία ιδρύθηκε με την νομική μορφή της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης το 1991. Εν συνεχεία, το 2001 η εταιρία μετατράπηκε σε ανώνυμη όταν και υπεισήλθε στο μετοχικό της κεφάλαιο η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ. Έχει διάρκεια 50 έτη και έδρα της είναι ο Δήμος Αγίου Δημητρίου Αττικής. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών με αριθμό 49212/01NT/B/01/146.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η επί κέρδη εμπορία και αντιπροσώπευση κάθε είδους σχετικά με την πληροφορική και τις επικοινωνίες, όπως ηλεκτρονικές συσκευές, εξαρτήματα αναλώσιμα, παρελκόμενα και λογισμικά, η εμπορία κάθε είδους πλαστικών και λοιπών συνθετικών καλυμμάτων διαφόρων τύπων και η δυνατότητα παροχής διανεμητικών υπηρεσιών σε άλλες επιχειρήσεις, ως επίσης και η συμμετοχή και συνεργασία αυτής με άλλες επιχειρήσεις και εταιρίες οποιουδήποτε εταιρικού τυπού υφιστάμενες ή συσταθισόμενες στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, οι οποίες επιδιώκουν τον ίδιο ή παρεμφερή σκοπό με την εταιρία.

8. N.G. SYSTEMS HELLAS SA (50%). Η εταιρία ιδρύθηκε το 2001. Έχει διάρκεια έως την 31/12/2030 και η έδρα της είναι σήμερα ο Δήμος Τοππειρου Ξάνθης. Είναι καταχωρημένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών με αριθμό 48328/66/B/01/003.

Σύμφωνα με το καταστατικό, σκοπός της εταιρίας είναι η παροχή ολοκληρωμένων λύσεων Πρωτοκόλλου Διαδικτύου (I.P), η παροχή υποδομών δικτύου για μετάδοση φωνής και, δεδομένων και εικόνας (στατικής και κινούμενης), η παροχή υποδομών τηλεπικοινωνιών, καθώς και των απαιτούμενων σχετικών υπηρεσιών.

9. GERMANOS CYPRUS LIMITED (80%). Η εταιρία συμμετέχει με ποσοστό 80% στην από 9/9/1999 συσταθείσα εταιρία περιορισμένης ευθύνης δια μετοχών με την επωνυμία GERMANOS CYPRUS LIMITED, σύμφωνα με τον περί εταιριών Νόμο της Κύπρου, Κεφάλαιο 113.

Σύμφωνα με το καταστατικό της, η εταιρία μπορεί να διενεργεί :

1. Επενδυτικές εργασίες.
2. Εξαγορές επιχειρήσεων.
3. Ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία οποιασδήποτε εταιρίας, επιχειρήσεως ή βιομηχανίας.
4. Αποδοχή κεφαλαίου, μετοχών, ομολογιών ή χρεογράφων οποιασδήποτε άλλης εταιρίας.

10. OTENET CYPRUS LTD (20%). Η εταιρία συμμετέχει με ποσοστό 20% στην από 2000 συσταθείσα εταιρία περιορισμένης ευθύνης δια μετοχών με την επωνυμία OTENET (CYPRUS) LTD, σύμφωνα με τον περί εταιριών Νόμο της Κύπρου, κεφάλαιο 113.

Σύμφωνα με το καταστατικό της, η εταιρία δραστηριοποιείται, μεταξύ άλλων, στην εκμετάλλευση προηγμένης τεχνολογίας τηλεπικοινωνιών, στο σχεδιασμό τηλεπικοινωνιακών συστημάτων, στην ανάπτυξη, αγορά, πώληση, ενοικίαση σχετικού εξοπλισμού.

***11. GERMANOS TELECOM BULGARIA AD (90%)**

***12. GERMANOS TELECOM ROMANIA SA (59%)**

***13. SUNLIGHT BULGARIA LTD (88%)**

***14. SUNLIGHT ROMANIA SRL (88%)**

***15. WORLD COMMUNICATIONS INC (30.77%)**

***16. ECO CONTEL SP.ZO.O (100%)**

Ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, επιτυγχάνει την εδραίωσή του και στις αγορές του εξωτερικού, δίνοντας σημαντική έμφαση στην εξαγωγική δραστηριότητα. Απόδειξη του υψηλού επιπέδου τεχνογνωσίας και εμπειρίας του Ομίλου, είναι η εξασφάλιση διαχρονικών συνεργασιών με τοπικούς κρατικούς φορείς και η επίτευξη εντυπωσιακών αποτελεσμάτων. * (βλέπε 12.11.)

12.5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, προσφέρει στους καταναλωτές την πληρέστερη συλλογή προϊόντων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών. Χωρίζοντας τα προϊόντα σε θεματικές ενότητες, εντός του εκάστοτε καταστήματος, επιτρέπει στον επισκέπτη να έχει άμεση πρόσβαση στα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν. Η τμηματοποίησή τους, έχει ως εξής:

Τμήμα Κινητής Τηλεφωνίας. Διαθέτει συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας Cosmote και Telestet, καθώς και όλα τα μοντέλα κινητών τηλεφώνων, ανανεώνοντας συνεχώς τη συλλογή του με τα πιο εξελιγμένα, ενώ καλύπτει όλες τις ανάγκες και γούστα των καταναλωτών, με μία πλήρη σειρά από αξεσουάρ Sunlight ή γνήσια. Τα καταστήματα, προσφέρουν και άλλες σημαντικές υπηρεσίες όπως, την αποπληρωμή λογαριασμών Cosmote.

Τμήμα Σταθερής Τηλεφωνίας. Από τις αρχές του 2002, διατίθενται προϊόντα και υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας του ΟΤΕ. Συνδέσεις ISDN, νέες συνδέσεις PSTN (κλασσική τηλεφωνική σύνδεση) καθώς και διάφορες ψηφιακές ευκολίες.

Κάρτες προπληρωμένου χρόνου κινητής τηλεφωνίας. Διακινούνται προϊόντα των εταιριών Cosmote και Telestet με μερίδιο πάνω από 30% στην Ελληνική αγορά, στις άνω εταιρίες.

Κάρτες Προπληρωμένου Χρόνου Σταθερής Τηλεφωνίας του ΟΤΕ. Διακινούνται όλες οι κάρτες προπληρωμένου χρόνου σταθερής τηλεφωνίας του ΟΤΕ με μερίδιο 30% στην Ελληνική αγορά.

Τμήμα Internet. Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει εισέλθει στην αγορά του Διαδικτύου ως παράγωγος συνδέσεων με το virtual ISP ΓΕΡΜΑΝΟΣΝΕΤ. Επιπλέον, προσφέρει μια ποικιλία εναλλακτικών συνδρομών Internet, με τέσσερις από τους μεγαλύτερους Internet Providers: την ΟΤΕnet, τη Forthnet, την Internet Hellas και την Hellas on Line.

Τμήμα Τηλεπικοινωνιών/Ψηφιακής Τεχνολογίας. Διαθέτει ασύρματες/ενσύρματες τηλεφωνικές συσκευές, laptops, fax, palmtop computers, organizers, ηλεκτρονικές ατζέντες, προϊόντα τεχνολογίας ISDN, όπως και προϊόντα και υπηρεσίες ψηφιακής συνδρομητικής τηλεόρασης (NOVA & ALPHA DIGITAL).

Τμήμα Μπαταριών. Καλύπτει την πλειονότητα των αναγκών των καταναλωτών, από την πιο απλή ως την πιο εξειδικευμένη, για προϊόντα αυτόνομης ενέργειας, καθώς και την πληρέστερη γκάμα φακών Toshiba και Sunlight

- **Κυλινδρικές Μπαταρίες Toshiba.** Οι μπαταρίες Toshiba διακινούνται σε αποκλειστική αντιπροσώπευση και διανομή.
- **Κυλινδρικές Μπαταρίες Sunlight.** Οι μπαταρίες Sunlight παράγονται στο ομώνυμο βιομηχανικό συγκρότημα.

Τμήμα Games. Προσφέρει τις πιο εξελιγμένες "παιχνιδομηχανές" (consoles) και τους τελευταίους τίτλους παιχνιδιών (software).

Τμήμα Μικρών Ηλεκτρονικών Συσκευών. Το τμήμα διαθέτει αναλογικές και ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, MP3 Players, ψηφιακές βιντεοκάμερες, φορητά CD players, walkmans, ρολόγια, PDAs καθώς και μία πλήρη σειρά αναλώσιμων ειδών.

Τμήμα Service. Έχοντας εξασφαλισμένη την εξουσιοδότηση των μεγαλύτερων κατασκευαστών, το δίκτυο παρέχει υψηλού επιπέδου service συσκευών κινητής τηλεφωνίας. Επίσης, το ίδιο τμήμα αναλαμβάνει την επισκευή μιας μεγάλης γκάμας ηλεκτρονικών συσκευών, καθώς και την αντικατάσταση των μπαταριών τους.

www.e-germanos.gr. Παράλληλα, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ προσφέρει τη δυνατότητα στους καταναλωτές, μέσω της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης [www.e-germanos.gr], να ενημερώνονται ηλεκτρονικά για θέματα και προσφορές του Δικτύου καθώς και για πολιτιστικά και τεχνολογικά θέματα. Οι χρήστες μπορούν επίσης να πάρουν μέρος σε ανοιχτές ηλεκτρονικές συζητήσεις, να στείλουν e-mail με σχόλια, απορίες και παρατηρήσεις τους στην εταιρία και να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους με ασφάλεια, μέσω του e-shop.

Magna ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην διαρκή προσπάθεια του για τη μεγιστοποίηση της απόδοσης και της ποιότητας των επιχειρησιακών του σχέσεων με όλους τους τύπους πελατών, εισήγαγε τον Μάρτιο του 2001 την υπηρεσία Magna ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Η υπηρεσία αυτή, η οποία ενσαρκώνεται με την κάρτα πιστότητας Magna ΓΕΡΜΑΝΟΣ, αποτελεί το όχημα μίας αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες του και διαμέσου αυτής, την παροχή καλύτερων προϊόντων και υπηρεσιών, ενισχύοντας έτσι την πιστότητα στο Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Δίκτυο Πωλήσεων. Με 30 εξειδικευμένα στελέχη και 7 αποκλειστικούς αντιπροσώπους, το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων επισκέπτεται σε μηνιαία βάση, πάνω από 3.000 πελάτες. Σήμερα, το Δίκτυο εξυπηρετεί, Super Markets, ομίλους, πολυκαταστήματα, ενώσεις και πρατήρια, αλυσίδες παιχνιδιών, καταστήματα Cash & Carry, φωτογραφεία, χονδρέμπορους, κ.α.

Χάρη στην άρτια οργάνωση και το άμεσο service, το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων επιτυγχάνει τη διάθεση των προϊόντων σε πάνω από 30.000 τελικά σημεία πώλησης. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνει πολύ υψηλά μερίδια αγοράς σε όλα τα προϊόντα που διανέμει. Αξιοσημείωτο είναι ότι, σε ημερήσια βάση, στον ελλαδικό χώρο το Δίκτυο εξυπηρετεί 30.000 καταναλωτές, ενώ σε ετήσια βάση, ξεπερνά τα 8 εκ. πελάτες.

Η διανομή των προϊόντων της πραγματοποιείται για μεν τον πρώτο κλάδο δραστηριότητας, ήτοι τη λιανική πώληση εξειδικευμένων προϊόντων και αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας, μέσω του δικτύου καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, για δε το δεύτερο κλάδο, της παραγωγής και διάθεσης συσσωρευτών ηλεκτρικής ισχύος,

μέσω του δικτύου διανομής καταναλωτικών προϊόντων και του δικτύου διανομής βιομηχανικών – αμυντικών προϊόντων.

Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Το δίκτυο αποτελεί τη μεγαλύτερη ελληνική αλυσίδα καταστημάτων προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας στην Ευρώπη. Καλύπτει όλη την Ελλάδα και δραστηριοποιείται στην Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρο και FYROM με περισσότερα από 490 καταστήματα συνολικά, διαθέτοντας περισσότερους από 5.000 κωδικούς προϊόντων εξυπηρετώντας μια αγορά περίπου 100 εκατομμυρίων ανθρώπων. (23)

Άλλες Δραστηριότητες

- E-VALUE
- NG SYSTEMS HELLAS

Η eValue είναι εταιρεία παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών τηλεφωνικής εξυπηρέτησης - call center- με εγκαταστάσεις στον Άγιο Στέφανο Αττικής και στην Ξάνθη. Είναι μέλος του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ και ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 1999, για να προσφέρει τις υπηρεσίες της στις επιχειρήσεις του Ιδιωτικού αλλά και του Δημόσιου τομέα.

Οι υπηρεσίες της eValue εστιάζουν στην αμφίδρομη, διαπροσωπική επικοινωνία ("one-to-one") με τους καταναλωτές μέσω του τηλεφώνου, του μόνου εργαλείου επικοινωνίας που προσφέρει άμεση πληροφόρηση. Εξοπλισμένη με όλες τις ευκολίες που παρέχει η ψηφιακή τεχνολογία και στελεχωμένη από κατάλληλα εκπαιδευμένο, εξειδικευμένο προσωπικό, η eValue ενισχύει και υποβοηθά κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα των πελατών της, με στόχο να αποτελεί προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις τους (eValue: Added Value to your Business) και να παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις τηλεπικοινωνιακών & δικτυακών υποδομών.

Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ίδρυσε την NG SYSTEMS HELLAS διαβλέποντας την ραγδαία εξέλιξη που σημειώνεται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών. Σκοπός της NG SYSTEMS HELLAS είναι, να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και ολοκληρωμένες λύσεις σε επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα που αφορούν τις τηλεπικοινωνίες, την τηλεπληροφορική και το Internet.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρία είναι τα εξής :

- Καλωδιακές Υποδομές εντός/εκτός κτιρίων.
- Ιδιωτικές και δημόσιες ασύρματες υποδομές.
- Υποδομές τοπικών δικτύων υπολογιστών (LAN) και δικτύων ευρείας περιοχής (WAN).
- Υποδομές διαχείρισης και μετάδοσης φωνής.
- Υποδομές διαχείρισης και εξασφάλισης δικτύων.
- Υποδομές διαχείρισης και αποθήκευσης πληροφοριών - Data Storage.
- Υποδομές Internet και Ηλεκτρονικού Εμπορίου.
- Υποδομές Video Conference/Video Distribution.
- Συμβουλευτικές Υπηρεσίες.
- Τεχνικές Υπηρεσίες.
- Εκπαίδευση. (24)

12.6. ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Κτίρια και τεχνολογικές Υποδομές

Η άριστα οργανωμένη διάρθρωση των κτιριακών του εγκαταστάσεων, σε συνάρτηση με ένα αξιόπιστο σύστημα υποδομής τεχνολογιών πληροφορικής, είναι βασική προϋπόθεση για την εύρυθμη λειτουργία όλων των εταιριών του Ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ. Ο Όμιλος έχει επενδύσει στρατηγικά και στους δύο τομείς, θεωρώντας τους ως το αξιόπιστο υπόβαθρο, που εξασφαλίζει την συνοχή των εταιριών και υποστηρίζει όλο το πλέγμα ενεργειών τους. Είτε πρόκειται για την ξεχωριστή λειτουργία της κάθε εταιρίας, είτε για τη συντονισμένη, από κοινού, δράση τους, τόσο εντός, όσο και εκτός των ελληνικών συνόρων. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις και οι τεχνολογίες υποδομής είναι τα εχέγγυα για την πραγμάτωση κάθε στρατηγικού στόχου του και η βασική προϋπόθεση για την επέκταση του στις διεθνείς αγορές πάντα με βάση το ανθρωποκεντρικό όραμα "σύνδεσης του καθημερινού ανθρώπου με την τεχνολογία".

Κτιριακές εγκαταστάσεις

Σήμερα, οι κτιριακές εγκαταστάσεις του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, βρίσκονται σε νευραλγικά σημεία της Ελλάδας και εξυπηρετούν πλήρως τις ανάγκες διοίκησης, αποθήκευσης και παραγωγής του Ομίλου, τόσο για την εξέλιξη στην εγχώρια αγορά, όσο και για την επέκτασή του σε αγορές του εξωτερικού.

- **Αγ. Στέφανος Αττικής - 23ο χλμ. της Εθνικής Οδού Αθηνών - Λαμίας:** Συγκρότημα τεσσάρων ορόφων, που στεγάζει τα κεντρικά γραφεία διοίκησης της εταιρίας. Έχει συνολική έκταση 8.706 τ.μ. και διαθέτει υπόγεια και βοηθητικούς χώρους.
- **Αθήνα - Εμ. Μπενάκη 6:** Το κτίριο, συνολικής επιφάνειας 1.350 τ.μ. περίπου, στεγάζει πρότυπο εκπαιδευτικό κέντρο, γραφεία διοίκησης καθώς και κατάστημα με εκθεσιακό χώρο προϊόντων σύγχρονης τεχνολογίας.
- **Αυλώνα - LOGISTIC Center:** Το Logistic Center του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ένα από τα κορυφαία Logistic Centers στον Ελλαδικό χώρο, λειτουργεί με μεγάλη επιτυχία από τις αρχές του Οκτωβρίου του 2001 στον Αυλώνα της Αττικής. Το νέο Logistic Center του Ομίλου, στεγάζεται σε χώρο 8.500 τ.μ. και υπάρχει η υποδομή για την κατασκευή άλλων 8.500 τ.μ. που θα προάγει την αρτιότερη και πληρέστερη κάλυψη των αυξανόμενων αναγκών του Ομίλου. Το logistic center του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ στηρίχθηκε στην φιλοσοφία του Ομίλου "Τεχνολογία και Εξυπηρέτηση", και καλύπτει με ταχύτητα και αποτελεσματικότητα τις πολυάριθμες καθημερινές ανάγκες του, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Επιπλέον το Logistic Center του Ομίλου μπορεί να καλύπτει τις ανάγκες άλλων εταιριών για την αποθήκευση των προϊόντων τους.
- **Ξάνθη- Κοινότητα Νέου Όλβιου:** Το κτιριακό συγκρότημα στο Νέο Όλβιο Ξάνθης αποτελείται από 6 κτίρια, με συνολική έκταση 104 στρεμμάτων και δομημένο χώρο 28.220 τ.μ. Στο συγκρότημα λαμβάνει χώρα η παραγωγική δραστηριότητα της εταιρίας.

- **Ξάνθη - 6ο χλμ της Εθνικής Οδού Ξάνθης - Καβάλας:** Το κτιριακό συγκρότημα της e-Value αποτελείται από 2 κτίρια, με έκταση 29 στρεμμάτων και δομημένο χώρο 2.672 τ.μ. για το κεντρικό κτίριο και 597 τ.μ. για το κτίριο διοίκησης. Στο συγκρότημα λαμβάνει χώρα η παραγωγή λογισμικού και οι τηλεφωνικές υπηρεσίες της εταιρίας.

Υποδομές Τεχνολογιών πληροφορικής

Ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, διαθέτει μια υπερσύγχρονη υποδομή Τεχνολογιών Πληροφορικής, την οποία επιβλέπει, διαχειρίζεται και αναπτύσσει το ομώνυμο τμήμα. Η υποδομή Τεχνολογιών Πληροφορικής, επικεντρώνεται στην πραγμάτωση της σύνθετης παραγωγικής και εμπορικής δραστηριότητας του Ομίλου.

Επίσης, η υποδομή Τεχνολογιών Πληροφορικής, συντελεί στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών ανταλλαγής πληροφοριών των κεντρικών του εγκαταστάσεων, με τις εγκαταστάσεις των παροχών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και Internet, τις εγκαταστάσεις των συγγενών εταιριών του, καθώς και τη διασύνδεσή τους με τα καταστήματα του Ομίλου.

Συνοπτικά, η βασική διάρθρωση των υποδομών σε Τεχνολογίες Πληροφορικής του Ομίλου είναι:

- **Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο υψηλής ταχύτητας και διαθεσιμότητας διασύνδεσης των καταστημάτων του Ομίλου με τα κεντρικά:** Είναι ένα πλήρως εξοπλισμένο σύστημα αμφίδρομης ανταλλαγής απαιτούμενων πληροφοριών μεταξύ του Δικτύου Καταστημάτων και των συνεργατών με τα κεντρικά.
- **Κεντρικό μηχανογραφικό σύστημα υποστήριξης εταιρικών διαδικασιών:** Το σύστημα διεκπεραιώνει τις τυποποιημένες διαδικασίες της εταιρίας. Σημειώνεται ότι έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην μέτρηση και παρακολούθηση της αποτελεσματικότητάς τους.
- **Αυτοματοποιημένη διαχείριση αποθηκών (Warehouse Management System):** Αυτοματοποιεί όλη την αλυσίδα διαχείρισης αποθεμάτων, από την παραγγελιοδοσία σε προμηθευτές έως την αποστολή των εμπορευμάτων στους πελάτες, με στόχο την βελτιστοποίηση του βαθμού εξυπηρέτησης της ζήτησης.
- **Συστήματα διασφάλισης και προστασίας δεδομένων (firewalls):** Διασφαλίζουν την διάθεση των πληροφοριών του Ομίλου μόνο σε εσωτερικούς και εξουσιοδοτημένους χρήστες συνεργαζομένων εταιριών χωρίς παρεμβολές.
- **Συστήματα ηλεκτρονικής διαχείρισης και διεκπεραίωσης συνδρομητικών και τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών:** Επιτρέπει την ταχεία ηλεκτρονική παραλαβή, αποστολή και έγκριση των σχετικών αιτήσεων των καταναλωτών προς αυτούς που παρέχουν τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες και υπηρεσίες Internet.
- **Σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management):** Υποστηρίζει την διαχείριση των πελατειακών σχέσεων, τόσο πριν την πώληση (campaign management), όσο και πρωτίστως μετά την πώληση. Το σύστημα επιβράβευσης πιστότητας (Customer Loyalty System)

καθώς και η ηλεκτρονική διαχείριση των υπηρεσιών επισκευής (Customer Service System), συνδράμουν και διασφαλίζουν την διαχρονικότητα της υψηλής ποιότητας της παρεχόμενης εξυπηρέτησης προς τον καταναλωτή.

- **Τηλεφωνικό κέντρο εξυπηρέτησης καταναλωτών (Computer Telephony Integration):** Λειτουργεί ειδική γραμμή επικοινωνίας για την τηλεφωνική υποστήριξη των πελατών, που έχει σαν σκοπό την άμεση πρόσβαση στις αντίστοιχες υπηρεσίες, οι οποίες παρέχουν τις πλέον αξιόπιστες λύσεις για κάθε περιστατικό στο ελάχιστο χρονικό διάστημα.
- **Ολοκληρωμένα συστήματα ανίχνευσης & επεξεργασίας επιχειρησιακών δεδομένων (Data Warehouse):** Τα συστήματα αυτά επιτρέπουν την παροχή άμεσης, έγκυρης και κατανοητής πληροφόρησης προς τα στελέχη και τους συνεργάτες του Ομίλου. (23),(24)

12.7. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Πάγιο Όραμα του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, είναι "Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ" τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο. Δραστηριοποιούμενος σήμερα στην Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας, Κύπρο και σκοπεύοντας να επεκταθεί σε οποιαδήποτε χώρα πληρεί τις προϋποθέσεις που προσδιορίζονται από την στρατηγική του, στοχεύει στην δημιουργία ενός ομογενοποιημένου δικτύου που θα καλύπτει μεγάλο γεωγραφικό και πληθυσμιακό μέρος της Ευρώπης, που αποτελεί το φυσικό χώρο εξάπλωσής του. Τα οφέλη που θα δημιουργηθούν από την Πανευρωπαϊκή ανάπτυξη είναι σίγουρο πως θα γίνουν ορατά στην επόμενη τριετία όπου και χρονικά η εταιρεία θα έχει φτάσει στην πλήρη επιχειρηματική της ωριμότητα.

Από αυτή την πολιτική ανάπτυξης, σε συνέπεια με το ανθρωποκεντρικό όραμα του Ομίλου, βασικός κερδισμένος είναι ο καταναλωτής. Ο καθημερινός άνθρωπος και το σύνολο των αναγκών του για "σύνδεση με την τεχνολογία". Ανάγκες, που με φροντίδα, εξειδίκευση και τεχνογνωσία, καλύπτονται στο σύνολό τους από το ανθρώπινο δυναμικό του Ομίλου και από τη ποικιλία τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών που διαθέτει το Δίκτυο. Γεγονός, που κάνει τα καταστήματα του Δικτύου, μοναδικό "σταθμό" του σύγχρονου καταναλωτή σε οτιδήποτε αφορά τις τηλεπικοινωνίες τόσο σε επίπεδο προϊόντων, όσο και σε επίπεδο υπηρεσιών.

Η εταιρεία, επενδύει στην ενίσχυση της υφιστάμενης δομής της και ενδυναμώνει τα μέσα που χρησιμοποιεί με τελικό στόχο πάντα την εξυπηρέτηση του καταναλωτή σε προϊόντα τεχνολογίας. Διαθέτοντας την απαραίτητη τεχνογνωσία και οργάνωση που απαιτεί μία σύγχρονη αλυσίδα εξειδικευμένων καταστημάτων προϊόντων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών, η εταιρεία επενδύει συνεχώς τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό όσο και σε συστήματα υποδομής.

Η Παραγωγή και Διανομή προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας, αποτελεί τον δεύτερο στρατηγικό άξονα για την εξάπλωση της εταιρίας στο εξωτερικό. Η βιομηχανική δραστηριότητα της εταιρίας που έχει ως βάση το εργοστάσιο SUNLIGHT στη Ξάνθη, περιλαμβάνει την παραγωγή και διανομή συσσωρευτών για βιομηχανικές και αμυντικές εφαρμογές, ηλεκτρονικών ισχύος και ηλεκτρο-

παραγωγών ζευγών. Το βιομηχανικό συγκρότημα SUNLIGHT κατέχει σημαντική θέση στην Ευρωπαϊκή αγορά, στον τομέα κατασκευής βιομηχανικών συσσωρευτών, καθώς τα προϊόντα που σχεδιάζει και παράγει βρίσκουν εφαρμογές σε τομείς με πολύ υψηλές τεχνολογικές απαιτήσεις όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Άμυνα, Μεγάλα Τεχνικά Έργα κ.α. Η στρατηγική για την περαιτέρω ανάπτυξη της βιομηχανικής δραστηριότητας της εταιρίας, βασίζεται στη παραγωγή προϊόντων υψηλής ζήτησης και κερδοφορίας στο εργοστάσιο της SUNLIGHT, το οποίο θεωρείται ένα από τα πιο σύγχρονα εργοστάσια στον κόσμο. Η υψηλή τεχνογνωσία που αποκτήθηκε, από τις συνεργασίες της εταιρίας με την πανεπιστημιακή κοινότητα, με εργαστήρια ερευνών αλλά και πολυεθνικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, της έδωσε τη δυνατότητα να παράγει προϊόντα υψηλής τεχνολογίας με αποτέλεσμα την ενδυνάμωση της θέσης της σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η βιομηχανική μονάδα της εταιρίας εξάγει πάνω από το 70% του συνόλου των προϊόντων της, μέσω του δικτύου διανομής της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ, σε περισσότερες από 25 χώρες παγκοσμίως. Οι κυριότεροι πελάτες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό είναι οι μεγάλες ιδιωτικές εταιρίες, οι οργανισμοί τηλεπικοινωνιών, μεταφορών, ενέργειας και τα Υπουργεία Άμυνας.

Στρατηγικής σημασίας θεωρείται η παγκόσμια συμφωνία συνεργασίας του βιομηχανικού συγκροτήματος SUNLIGHT με την μεγαλύτερη κατασκευαστική εταιρία συμβατικών υποβρυχίων στον κόσμο HDW/FS. Η υπογραφή της συμφωνίας, αποτελεί την αρχή μιας επιτυχημένης συνεργασίας η οποία αναμένεται να συνεχιστεί με τα ίδια επιτυχή αποτελέσματα τα επόμενα χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο. Η συνεργασία με την HDW/FS θα έχει πολλαπλά οφέλη, τόσο για το βιομηχανικό συγκρότημα SUNLIGHT, που θα αναπτύξει περαιτέρω τις παραγωγικές του δυνατότητες για τα επόμενα χρόνια, όσο και για την ελληνική βιομηχανία, καθώς θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας στην ευαίσθητη ακριτική περιοχή της Ξάνθης.

Με μία δομικά μελετημένη στρατηγική ανάπτυξης, που αφορά κάθε έκφανση των δραστηριοτήτων του, εντός και εκτός του ελλαδικού χώρου, αλλά και επενδύοντας στον ανθρώπινο παράγοντα και στο ανθρώπινο πρόσωπο του προς τους καταναλωτές, ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ βρίσκεται ήδη στο κατώφλι της νέα χιλιετίας σαν πρωτοπόρος στο χώρο των εξειδικευμένων καταστημάτων τηλεπικοινωνιών προϊόντων και υπηρεσιών, και της αυτόνομης ενέργειας.

Με ένα ισχυρό διεθνές προφίλ, οραματίζεται την κατάκτηση των αγορών του εξωτερικού ως μια δυναμικά αναπτυσσόμενη ελληνική πολυεθνική εταιρία, που προβάλλει σε παγκόσμιο επίπεδο, το σύνολο της υγιώς αναπτυσσόμενης ελληνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

12.8. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ & ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ εκσυγχρονίζει συνεχώς την οργανωτική της δομή, για τη διασφάλιση της άρτιας λειτουργίας της. Διαθέτει ωστόσο μια σύγχρονη οργάνωση, πάνω στην οποία στηρίζεται η βιομηχανική και εμπορική της δραστηριότητα. Ανώτατο όργανο της Εταιρίας αποτελεί η Γενική Συνέλευση των μετόχων, η οποία συγκαλείται σε τακτικές και έκτακτες συνεδριάσεις. Η Διοίκηση της Εταιρίας ασκείται

από το Διοικητικό Συμβούλιο και τον Διευθύνοντα Σύμβουλο. (23) Το μοντέλο αυτό διακυβέρνησης, εξυπηρετεί σε μεγάλο βαθμό τις λειτουργικές και ενδοεπικοινωνιακές ανάγκες της επιχείρησης, επιτρέποντας την απρόσκοπτη, μη διαμεσολαβημένη επικοινωνία, την ταχεία λήψη αποφάσεων, τη διαφάνεια στον έλεγχο λειτουργίας του συστήματος και την αποφυγή επικαλύψεων αρμοδιοτήτων.

ΤΜΗΜΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Η εταιρία για την εφαρμογή της αποτελεσματικότερης εταιρικής διακυβέρνησης στο σύνολο του Ομίλου διαθέτει τμήμα εσωτερικού ελέγχου ως βασικό εργαλείο στην εφαρμογή κανόνων διαχείρισης κινδύνου (Risk Management). Το τμήμα εσωτερικού ελέγχου έχει την ευθύνη συνεχούς παρακολούθησης της λειτουργίας της εταιρίας και του ομίλου και την υποχρέωση να ενημερώνει σε τακτά χρονικά διαστήματα το Διοικητικό συμβούλιο για την τήρηση των αρχών χρηστής διαχείρισης και την εφαρμογή του κανονισμού εσωτερικής λειτουργίας.

Οργανωτική Δομή

1. Τμήμα Εταιρικών Ανακοινώσεων

Την επικοινωνιακή στρατηγική της εταιρίας έχει αναλάβει το τμήμα εταιρικών ανακοινώσεων. Το τμήμα αυτό εφαρμόζοντας μια σωστά δομημένη επικοινωνιακή πολιτική έχει ως βασικές αρμοδιότητες την διοργάνωση εταιρικών παρουσιάσεων με σκοπό την παρουσίαση και προβολή της εικόνας της επιχείρησης και των δραστηριοτήτων της.

2. Δημόσιες σχέσεις

Το τμήμα αυτό αποσκοπεί στο σχεδιασμό και συντονισμό ενεργειών για τη δημιουργία, παρουσίαση και προβολή της εικόνας και των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, καθώς και την καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης και συνεργασίας με συγκεκριμένες ομάδες κοινού και με ανθρώπους των ΜΜΕ.

3. Νομικός Σύμβουλος

Έχει ως αρμοδιότητά του, την εκπροσώπηση της εταιρίας σε κάθε πράξη, δικαιοπραξία και σύμβαση που ανάγεται στον εταιρικό σκοπό και την αρμοδιότητα του Διοικητικού Συμβουλίου και αφορά στη διοίκηση και διαχείριση των εταιρικών υποθέσεων και στη διάθεση της εταιρικής περιουσίας.

4. Διεύθυνση Βιομηχανικού Τομέα

Διεύθυνση Παραγωγής

Η διεύθυνση αυτή στοχεύει στην ασφαλή, σωστή και έγκαιρη παραγωγή των προϊόντων στην προγραμματισμένη ποσότητα και προκαθορισμένη άριστη ποιότητα. Είναι αρμόδια και υπεύθυνη για την εφαρμογή του προγράμματος παραγωγής καθώς και για την οργάνωση, τη διεύθυνση και τον συντονισμό όλων των εργασιών της διεύθυνσης.

Διεύθυνση Πωλήσεων

Η Διεύθυνση πωλήσεων αποσκοπεί στην αποτελεσματική και κερδοφόρο πώληση όλων των προϊόντων της επιχείρησης, στη χάραξη της πολιτικής πωλήσεων, στη διαμόρφωση και την επιτυχή έκβαση των αντικειμενικών στόχων πωλήσεων, στην παρακολούθηση και ενημέρωση επί των εξελίξεων της αγοράς και στην παροχή συμβούλων στο διευθύνοντα σύμβουλο για θέματα πωλήσεων.

Διεύθυνση Υποστήριξης

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για την κάλυψη απαιτήσεων που αφορούν την βιομηχανική παραγωγή, τόσο από πλευράς υποδομής όσο και από πλευράς προμηθειών.

Διεύθυνση Διεθνών Αγορών

Χάρη στη διεύθυνση αυτή, ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ κρατά συνεχή επαφή με τις διεθνείς εξελίξεις, τόσο σε τεχνολογικό όσο και σε επιχειρηματικό επίπεδο, επενδύοντας στρατηγικά σε όλους τους τομείς που δραστηριοποιείται (τεχνολογίας, τηλεπικοινωνιών και αυτόνομης ενέργειας).

5. Διεύθυνση Δικτύου Καταστημάτων Γερμανός

Διεύθυνση Δικτύου Ελλάδος & Εξωτερικού

Ο Όμιλος, έχοντας στην κατοχή του πάνω από 490 καταστήματα σε Ελλάδα και εξωτερικό, δημιούργησε την παραπάνω διεύθυνση με σκοπό την καλύτερη λειτουργία, συντονισμό και οργάνωση των παραπάνω καταστημάτων.

Διεύθυνση Δικτύου Marketing

Η διεύθυνση αυτή έχει αναλάβει την προβολή του εκτεταμένου δικτύου καταστημάτων και την προώθηση των εν γένει προϊόντων και υπηρεσιών του Ομίλου. Τα προγράμματα προβολής και προώθησης περιλαμβάνουν διαφημιστικές εκστρατείες, ενισχύονται από συνεργασίες με διαφημιστικές εταιρίες και προσαρμόζονται σύμφωνα με τις έρευνες αγοράς που διεξάγονται από την διεύθυνση για το σκοπό αυτό.

Διεύθυνση Δικτύου Υποστήριξης – Εκπαίδευσης

Είναι υπεύθυνη για την διαρκή εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού του Ομίλου με την εφαρμογή επιμορφωτικών προγραμμάτων και σεμιναρίων. Δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διαρκή κατάρτισή του, που πραγματοποιείται στο εκπαιδευτικό κέντρο του Ομίλου, καθώς και μέσω πρωτοποριακών προγραμμάτων e-learning.

Διεύθυνση Δικτύου Service

Με περισσότερα από 270 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα η εταιρία έχει αναπτύξει ένα εκτεταμένο δίκτυο Service, για την άρτια και γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών της. Το service αφορά κινητά και ασύρματα τηλέφωνα, ελέγχους σε μπαταρίες κινητών τηλεφώνων με τη μέθοδο battery analysis, ελέγχους και αλλαγές μπαταριών σε επαναφορτιζόμενες μικροσυσκευές, εργαλεία, organizers, χειριστήρια συναγερμών, ρολόγια κ.α.

6. Διεύθυνση Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών

Διεύθυνση (S/P) Ελλάδος & (S/P) Εξωτερικού

Η διεύθυνση αυτή είναι υπεύθυνη για την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σε Ελλάδα και εξωτερικό. Κρίνεται απαραίτητη από την εταιρία λόγω της εκτεταμένης δραστηριοποίησής της σε αυτό το τομέα.

7. Διεύθυνση Δικτύου Καταναλωτικών Προϊόντων

Δίκτυο Ελλάδος & Δίκτυο Εξωτερικού

Χάρη στην άρτια οργάνωση και το άμεσο service, το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων, τόσο σε Ελλάδα όσο και σε εξωτερικό, επιτυγχάνει τη διάθεση πάνω από 5.000 προϊόντα, σε πάνω από 40.000 τελικά σημεία πώλησης. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνει πολύ υψηλά μερίδια αγοράς σε όλα τα προϊόντα που διανέμει.

8. Διεύθυνση Οικονομικών και Διοικητικών Υπηρεσιών

Οικονομική Διεύθυνση

Κύριες αρμοδιότητες της οικονομικής διεύθυνσης είναι ο έλεγχος και η ανάλυση των οικονομικών στοιχείων, η έκδοση οικονομικών αποτελεσμάτων και ο προσδιορισμός του οικονομικότερου και αποδοτικότερου τρόπου λειτουργίας της επιχείρησης.

Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Είναι υπεύθυνη για, τη σωστή επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού και τη σωστή τοποθέτησή του στην κατάλληλη θέση, βάσει αυστηρών κριτηρίων ώστε να αξιοποιηθούν οι δυνατότητές του στο μέγιστο, καθώς αυτοί συνθέτουν το πρόσωπο που καθημερινά βλέπουν οι πελάτες, σε όλο το εύρος δραστηριοτήτων του, τόσο στις εγχώριες όσο και στις διεθνείς αγορές.

Διεύθυνση Επενδυτικών Σχέσεων

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο κυρίως για την αξιοποίηση κάθε ευκαιρίας στην αναπτυσσόμενη και εξελισσόμενη αγορά της τεχνολογίας, τηλεπικοινωνιών και αυτόνομης ενέργειας στη χώρα μας και στο εξωτερικό, δίνοντας έμφαση στη πλήρη αξιοποίηση των ευκαιριών αυτών.

9. Διεύθυνση Επιχειρησιακής Υποστήριξης

Διεύθυνση LOGISTICS

Η διεύθυνση αυτή είναι υπεύθυνη, για την κάλυψη με ταχύτητα και αποτελεσματικότητα των πολυάριθμων καθημερινών αναγκών του Ομίλου, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Επιπλέον καλύπτει τις ανάγκες άλλων εταιριών για την αποθήκευση των προϊόντων τους.

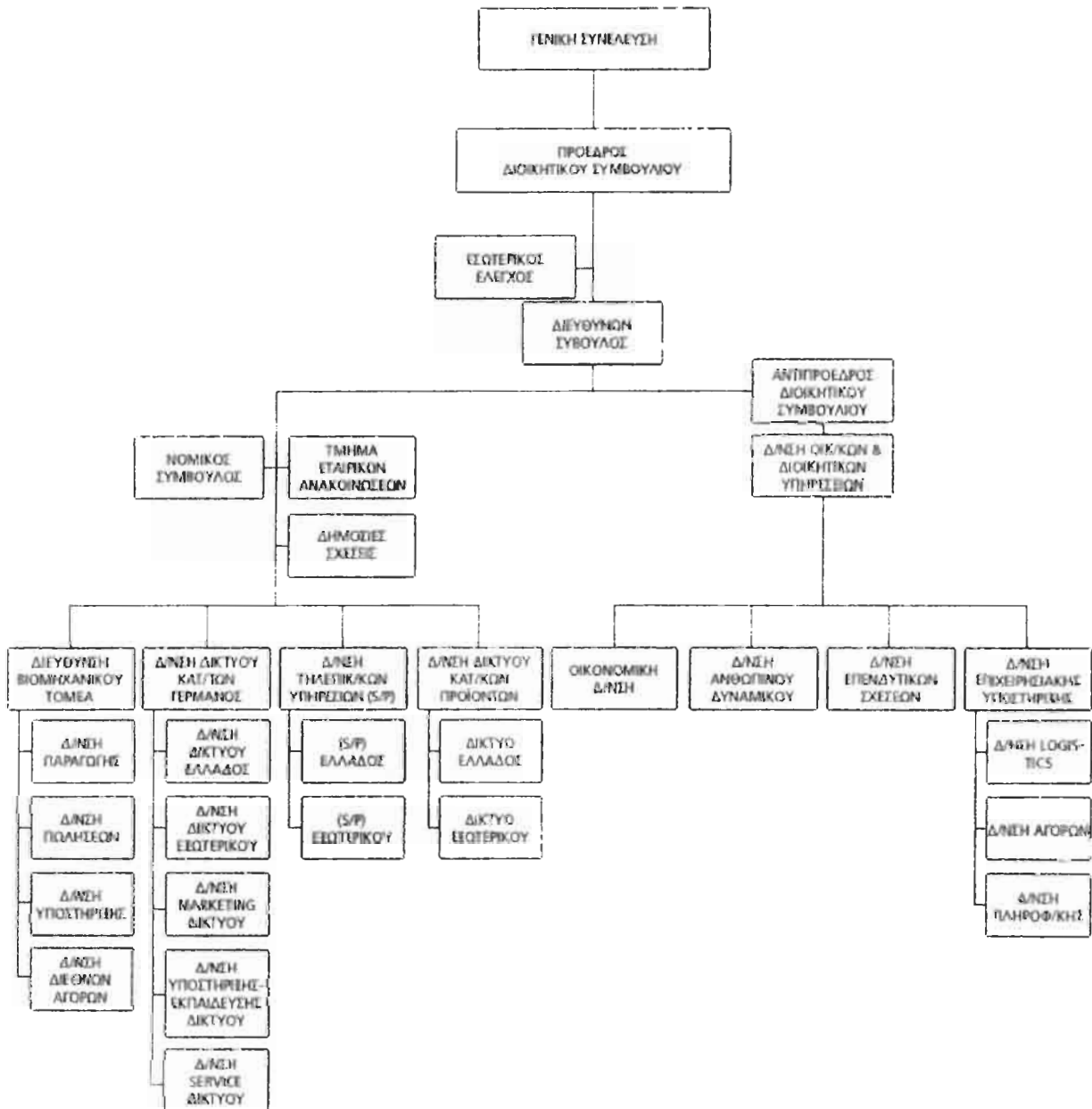
Διεύθυνση Αγορών

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για την συνεχή παρακολούθηση και έρευνα των αγορών και του ανταγωνισμού καθώς και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και των αναλύσεων που προκύπτουν.

Διεύθυνση Πληροφορικής

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για την οργάνωση του Ομίλου με τα πλέον σύγχρονα συστήματα πληροφορικής με στόχο την επίτευξη υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών του (customer service) και την ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους. Έτσι παρακολουθεί τις διεθνείς εξελίξεις στο τομέα αυτό και επιλέγει ώριμα την καλύτερη δυνατή λύση για την Εταιρία.

Οργανόγραμμα



*πηγή (24) www.germanos.gr

12.9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ – ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας, που εξελέγη σύμφωνα με απόφαση της Έκτακτης Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της 18/12/2001 (ΦΕΚ 469/21.01.2002), είναι 7μελές και η θητεία του ορίζεται μέχρι την πρώτη Τακτική Γενική Συνέλευση του 2007, η οποία δεν μπορεί να ξεπεράσει την εξαετία (δηλαδή την 30/6/2007) και η σύνθεσή του αποτυπώνεται στον ακόλουθο πίνακα.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΘΕΣΗ
Πάνος Γερμανός	Πρόεδρος
Νίκος Παππάς	Αντιπρόεδρος
Ιωάννης Καραγιάννης	Διευθύνων Σύμβουλος
Χρήστος Γερμανός	Μέλος
Χρήστος Καρτάλης	Μέλος
Αλέξανδρος Κιτσοπάνος	Μέλος
Δημήτρης Γκούμας	Μέλος

πίνακας (17)

*πηγή (23)

Την απεριόριστη εκπροσώπηση της εταιρίας, δικαστικός και εξωδίκως, και τη δέσμευση της Εταιρίας έχουν οι πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος κ.Πάνος Γερμανός και Ιωάννης Καραγιάννης, σε κάθε πράξη, δικαιοπραξία και σύμβαση που ανάγεται στον εταιρικό σκοπό και την αρμοδιότητα του Διοικητικού Συμβουλίου και αφορά στη διοίκηση και διαχείριση των εταιρικών υποθέσεων και στη διάθεση της εταιρικής περιουσίας. Παράλληλα, η εταιρία δεσμεύεται εγκύρως και εκπροσωπείται εξωδίκως και δικαστικός για κάθε πράξη μέχρι ποσού ύψους 600.000 ευρώ, με την υπογραφή των κ.Νικολάου Παππά και ενός εκ των κ.Λουκά Πετκίδη ή Ιωάννη Ευαγγελοδήμου. Η διεύθυνση της εταιρίας ασκείται από ένα επιτελείο διευθυντικών στελεχών, το οποίο απαρτίζεται από τους (πίνακας 18):

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΘΕΣΗ
Πάνος Γερμανός	Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου
Νίκος Παππάς	Αντιπρόεδρος Δ.Σ. - Οικονομικός & Διοικητικός Δ/ντής
Ιωάννης Καραγιάννης	Διευθύνων Σύμβουλος
Χρήστος Καρτάλης	Μέλος Δ.Σ. - Διευθυντής Εργοστασίου
Δημήτρης Λώλης	Γενικός Δ/ντης Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ
Λουκάς Πετκίδης	Διευθυντής Οικονομικών Υπηρεσιών
Σπύρος Βασιλάκης	Διευθυντής Κινητής Τηλεφωνίας
Νίκος Δέλκος	Διευθυντής Καταναλωτικών Προϊόντων
Κώστας Καραφωτάκης	Διευθυντής Επενδυτικών Σχέσεων
Δημήτρης Παπαδάκης	Διευθυντής Νομικών Υπηρεσιών
Σταύρος Σαρίνας	Διευθυντής Εσωτερικού Ελέγχου
Βίκυ Μπουζούκη	Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού

Όλα τα διευθυντικά στελέχη της έχουν ελληνική ιθαγένεια και υπηκοότητα. Επίσης κανένα από τα μέλη του Δ.Σ., καθώς και από τα στελέχη της Διεύθυνσης της Νέας Εταιρείας δεν έχει καταδικαστεί τελεσίδικα για ατιμωτικές πράξεις, οικονομικά εγκλήματα ή είναι αναμειγμένο σε δικαστικές εκκρεμότητες που αφορούν πτώχευση, εγκληματική πράξη, και απαγόρευση άσκησης:

1. επιχειρηματικής δραστηριότητας
2. χρηματιστηριακών συναλλαγών και
3. επαγγέλματος ως σύμβουλος επενδύσεων, διευθυντικό στέλεχος τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών, ανάδοχος έκδοσης, στέλεχος χρηματιστηριακών εταιρειών κ.τ.λ.

12.10. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ & ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Προσωπικό

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, επιλέγει το ανθρώπινο δυναμικό του βάσει αυστηρών κριτηρίων. Παρέχει ένα άρτιο περιβάλλον εργασίας. Για τη διασφάλιση της υψηλής ποιότητας παρεχομένων υπηρεσιών, προσφέρει συνεχή εκπαίδευση στα στελέχη του, ενώ εξασφαλίζει στους συνεργάτες Franchisees, πλήρη υποστήριξη σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διακινούν.

Ο Ανθρώπινος Παράγοντας, είναι η κινητήρια δύναμη του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ και ένα από τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα. Οι άνθρωποι του Ομίλου συνθέτουν το πρόσωπο που καθημερινά βλέπουν οι πελάτες, σε όλο το εύρος δραστηριοτήτων του, τόσο στις εγχώριες όσο και στις διεθνείς αγορές. Από τη στιγμή ένταξης ενός εργαζομένου στο δυναμικό του Ομίλου, βάσει αυστηρών κριτηρίων επιλογής, τοποθετείται στην κατάλληλη θέση, αξιολογείται συνεχώς και εκπαιδεύεται, ώστε να αξιοποιηθούν οι δυνατότητές του στο μέγιστο. Εργασιακή πολιτική, που εφαρμόζεται σε όλες τις εταιρίες του Ομίλου στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η απαραίτητη τεχνογνωσία, οι άρτια εξοπλισμένες εγκαταστάσεις και το εξειδικευμένο προσωπικό που διαθέτει, δίνουν στον Όμιλο δυναμικό προβάδισμα στο χώρο των τηλεπικοινωνιακών και δικτυακών υποδομών.

Πρωτοποριακή εκπαίδευση

Μια νέα πρωτοβουλία ιδιαίτερης σημασίας του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, είναι η εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που παρέχει η τεχνολογία e-learning. Με τη λειτουργία ενός κεντρικού, εικονικού, εκπαιδευτικού κέντρου, με την ονομασία G.e-school, αξιοποιούνται πλήρως όλες οι διαθέσιμες πρωτοποριακές πρακτικές εκπαίδευσης. Η Live Internet Play επικοινωνία του εκπαιδευόμενου με τον εισηγητή, δίνει στους συμμετέχοντες, στην εικονική τάξη τη δυνατότητα να λαμβάνουν πληροφόρηση και απαντήσεις σε τυχόν απορίες τους, σε πραγματικό χρόνο.

Η ταχύτητα της μετάδοσης της γνώσης στους εκπαιδευόμενους, η εκμηδένιση της γεωγραφικής απόστασης, η ταυτόχρονη εκπαίδευση μεγάλου αριθμού εργαζομένων και η μείωση του κόστους εκπαίδευσης, συγκαταλέγονται στα

πολλαπλά πλεονεκτήματα της νέας πρωτοποριακής εκπαιδευτικής πρακτικής, που αναλαμβάνει το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Εκπαίδευση

Ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ επενδύει στην διαρκή εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού του, με την εφαρμογή επιμορφωτικών προγραμμάτων. Επιπλέον, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διαρκή κατάρτισή τους, που πραγματοποιείται στο εκπαιδευτικό κέντρο του Ομίλου, καθώς και μέσω πρωτοποριακών προγραμμάτων e-learning.

Εξέλιξη

Η επιτυχία και η ταχύτατη ανάπτυξη του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, αποδεικνύει την ικανότητα και τη συνεχή διάθεση για περαιτέρω ανάπτυξη, των ανθρώπων που στελεχώνουν τις εταιρίες του. Ο Όμιλος, επιβραβεύοντας την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητα συμβάλλει στην εξέλιξη του εργαζομένου.

Επαγγελματισμός

Ο Όμιλος έχει αναδείξει ως σημαντικό του ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το υψηλό επίπεδο γνώσης, δημιουργικότητας, επιχειρηματικότητας, και επαγγελματισμού, του ανθρώπινου δυναμικού. Παράγοντες που αναδεικνύουν την ευελιξία και εμπειρία που έχουν οι άνθρωποι του Ομίλου. Ο Όμιλος παρέχει τις κατάλληλες διαδικασίες και δομές για την γρήγορη λήψη αποφάσεων, αξιόπιστο σύστημα επιλογής, διαχείρισης των σχέσεων των εργαζομένων με την εταιρία και αξιολόγησης όλου του ανθρώπινου δυναμικού.

Άριστο περιβάλλον εργασίας

Ο Όμιλος εξασφαλίζει ένα άριστο περιβάλλον εργασίας στο σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού του. Παράγοντας που συντελεί στην αυξημένη αποδοτικότητα, καθώς και στην περαιτέρω ανάπτυξη κάθε εταιρίας και του Ομίλου στο σύνολό του.

Στον πίνακα (19) που ακολουθεί, παρουσιάζεται η εξέλιξη του μέσου όρου του προσωπικού της Εταιρίας κατά την τελευταία εξαετία.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Εργάτες	16	35	62	82	115	116	143	124
Υπάλληλοι	130	162	224	316	602	437	525	618
Σύνολο	146	197	286	398	717	553	668	742

πίνακας(19)

*πηγή (23)

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία η Εταιρεία απασχολεί συνολικά 742 άτομα εκ των οποίων 130 είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ, 60 πτυχιούχοι ΤΕΙ, 27 είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος (Master).

ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ Α.Ε.Ι & Τ.Ε.Ι								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Απόφοιτοι ΑΕΙ	23	28	32	48	89	124	105	130
Απόφοιτοι ΤΕΙ	10	15	27	35	37	38	49	60
MASTER							18	27
PHD							1	0
Σύνολο	33	43	59	83	126	162	173	217

πίνακας(20)

*πηγή (23)

Η Εταιρία, εκτιμώντας ότι το προσωπικό της αποτελεί τον κύριο συντελεστή επιτυχίας και ανόδου της, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην εκπαίδευση και επιμόρφωση του. Θέματα όπως, η επικοινωνία και η συμπεριφορά προς τον πελάτη, η προϊοντική ενημέρωση κ.ά. βρίσκονται στην πρώτη θέση της εργασιακής ενημέρωσης, με τα πλέον εξελιγμένα μέσα, ώστε το προσωπικό να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις της αγοράς.

Σεμινάρια

Η φιλοσοφία του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ πρεσβεύει την αρχή πως το ανθρώπινο δυναμικό του, αποτελεί το μεγαλύτερο κεφάλαιο που διαθέτει και πως η εκπαίδευσή του αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για την αναβάθμιση του ρόλου των εργαζομένων, την προώθηση της σωστής συνεργασίας στον εργασιακό χώρο και τη δημιουργία ικανών και άρτια εκπαιδευμένων στελεχών.

Για το σκοπό αυτό ο Όμιλος υιοθετεί και εφαρμόζει ένα ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πλάνο, στοχεύοντας στη διαρκή και εξειδικευμένη επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού σε ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, καθώς και στη δημιουργία multitask εργαζομένων, που είναι σε θέση να κινούνται σε πολλαπλούς άξονες αρμοδιοτήτων και να αντεπεξέρχονται αποτελεσματικά στις νέες επιχειρηματικές προκλήσεις που αναδύονται στις δυναμικές αγορές των τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής και της αυτόνομης ενέργειας, στις οποίες δραστηριοποιείται ο Όμιλος.

Οι άξονες αυτού του πλάνου είναι οι ακόλουθοι:

- Εκπαίδευση που είναι προσανατολισμένη στην θέση εργασίας του ατόμου (On the Job Training)
- Εκπαίδευση που είναι προσανατολισμένη στην ανάπτυξη του ατόμου (Skills Training)

Για την εφαρμογή αυτού του πλάνου ο Όμιλος αξιοποιεί εργαλεία όπως το E - Learning, τα σεμινάρια από εξωτερικούς φορείς, τις εσωτερικές εκπαιδεύσεις, αλλά και τα εξειδικευμένα ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα. Το τελευταίο ετήσιο ενδοεπιχειρησιακό πρόγραμμα του Ομίλου ονομάζεται "Ο Κύκλος της Ανάπτυξης". Ξεκίνησε τον Μάιο του 2001 και αναμένεται να ολοκληρωθεί τον Απρίλιο του 2001.

Αποτελείται από τέσσερις ενότητες και στοχεύει στην ανάπτυξη και την εξειδίκευση των δεξιοτήτων των στελεχών όλων των εταιρειών του Ομίλου, πάνω σε μοντέλα πρακτικών εφαρμογών του σύγχρονου μάνατζμεντ. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση των δύο πρώτων ενοτήτων βραβεύτηκαν 90 στελέχη από όλες τις εταιρείες του Ομίλου που ολοκλήρωσαν το πρόγραμμα .

Πιστός στις αρχές και τη φιλοσοφία του, ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ δεσμεύεται να συνεχίσει και στο μέλλον να επενδύει στην αξία του ανθρώπινου δυναμικού του, πρεσβεύοντας πως οι άνθρωποι που στελεχώνουν τις εταιρείες του συνιστούν τη μεγαλύτερη δύναμη ανάπτυξης.

12.11. ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Ισχυρή διεθνής παρουσία

Η επιτυχία του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ ξεπερνά τα ελληνικά σύνορα και προσαρμόζεται στις συνθήκες και ιδιαιτερότητες της εκάστοτε τοπικής αγοράς βάσει του επιτυχημένου μοντέλου ανάπτυξής του στην Ελλάδα. Σήμερα, δραστηριοποιείται ήδη, στην Πολωνία, στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία, στην Κύπρο και στη Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας. Στα μέσα του 2002, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αριθμεί 184 καταστήματα στις παραπάνω χώρες. Τα άμεσα σχέδια του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, περιλαμβάνουν την περαιτέρω ενδυνάμωση των δραστηριοτήτων του στις παραπάνω αγορές, ενώ παράλληλα εξετάζεται η παρουσία του και σε άλλες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης καθώς και της Νοτιοανατολικής Μεσογείου.

Έχοντας χαράξει ένα στρατηγικά δομημένο πλάνο επέκτασης, το Δίκτυο προβλέπει τη λειτουργία 700 καταστημάτων έως το τέλος του 2003. Με αυτή τη επιχειρηματική πολιτική, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, παγιώνει τη θέση του στην κορυφή της ελληνικής αγοράς και διευρύνει τον ορίζοντα των προοπτικών ανάπτυξης στις ευρωπαϊκές αγορές. (23)

ΠΟΛΩΝΙΑ EKO Contel & TCM

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, δραστηριοποιείται στην Πολωνία με τις εταιρίες EKO Contel και TCM, διαθέτοντας συνολικά 90 σημεία πώλησης, τα οποία φέρουν την επωνυμία G-Shop.

Το εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων G-Shop, δραστηριοποιείται στη λιανική πώληση προϊόντων και υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, συνεργαζόμενο με το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας ERA. Στρατηγικός στόχος για το 2002 είναι η συνέχιση της διείσδυσης στην τοπική αγορά, ώστε το G-Shop να φτάσει τα 110 καταστήματα.

ΡΟΥΜΑΝΙΑ Germanos Telecom Romania

Ηδη, η Germanos Telecom Romania, λειτουργεί με 43 ιδιόκτητα καταστήματα ΓΕΡΜΑΝΟΣ, θέτοντας στόχο την πλήρη κάλυψη της ρουμανικής επικράτειας με την

μέθοδο Franchise ώστε να αυξήσει τον αριθμό σε 60 καταστήματα, μέχρι το τέλος του 2002.

Επιπλέον, η Germanos Telecom Romania είναι βασικός εμπορικός συνεργάτης 2 εκ των 3 δικτύων κινητής τηλεφωνίας Comnex και Cosmogom, ενώ συνεργάζεται προσφέροντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της ROM TELECOM. Καλύπτει πλήρως όλες τις ανάγκες του καταναλωτή σε κινητή τηλεφωνία, τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, Internet, μπαταρίες, ηλεκτρονικές συσκευές, εγγυημένο και εξουσιοδοτημένο service.

ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ Germanos Telecom Bulgaria

Η Germanos Telecom Bulgaria λειτουργεί με 30 ιδιόκτητα καταστήματα, ενώ αναμένεται η περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου μέσω του συστήματος Franchise. Σήμερα, με αυτή τη μέθοδο, λειτουργούν δύο καταστήματα. Η Germanos Telecom Bulgaria έχει στόχο την πλήρη κάλυψη της βουλγαρικής επικράτειας με 45 καταστήματα, εντός του 2002, σύμφωνα με το επιθετικό πλάνο ανάπτυξης της εταιρίας, και είναι ένας από τους service provider της Globul, μιας εκ των 2 εταιριών κινητής τηλεφωνίας στην Βουλγαρία. Προσφέρει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του Δικτύου Καταστημάτων GERMANOS καλύπτοντας τις ανάγκες των Βούλγαρων καταναλωτών, σε προϊόντα κινητής τηλεφωνίας και τεχνολογίας, γενικότερα.

ΚΥΠΡΟΣ Infotel

Σε συνεργασία με την Cyprus Trading Corporation (CTC), αναπτύχθηκε η Infotel, η οποία διαχειρίζεται το Δίκτυο Καταστημάτων GERMANOS στην Κύπρο, με 14 ιδιόκτητα καταστήματα. Διαθέτει όλες τις προσφερόμενες υπηρεσίες του Δικτύου Καταστημάτων GERMANOS. Επίσης, η Infotel λειτουργεί σαν επίσημος αντιπρόσωπος και διανομέας των προϊόντων Motorola και EPSON στην κυπριακή αγορά.

Germanos Telecom AD-Skopje

Το Δίκτυο Καταστημάτων GERMANOS δραστηριοποιείται στην Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας με την πρόσφατα ιδρυθείσα εταιρία Germanos Telecom AD-Skopje, η οποία έχει στόχο την λειτουργία 10 καταστημάτων εντός του 2002 σύμφωνα με το επιθετικό πλάνο ανάπτυξης της εταιρίας. Ήδη, από το Μάιο του 2002, λειτουργούν 7 καταστήματα τα οποία διαθέτουν προϊόντα και υπηρεσίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, καθώς και όλες τις υπόλοιπες προϊόντικές κατηγορίες που διατίθενται από το Δίκτυο Καταστημάτων GERMANOS. Με τη μοναδική ικανότητα να καλύπτει τις ανάγκες της κάθε τοπικής αγοράς, ο Όμιλος Εταιριών GERMANOS, μέσω των εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών, επιβεβαιώνεται ως μια άριστα οργανωμένη εταιρία. Επιπλέον, μπορεί να ανταγωνιστεί επάξια πολυεθνικούς κολοσσούς στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, όσο και στις άλλες αγορές της Νοτιοανατολικής Μεσογείου, επεκτείνοντας διαρκώς τις προοπτικές εξέλιξης.

Ρουμανία- Sunlight Romania

Η εταιρία ιδρύθηκε το 2000 με σκοπό τη διάθεση προϊόντων όπως συσσωρευτές και συσκευές ηλεκτρονικής ισχύος και παροχής ενέργειας, αλλά και υπηρεσίες σχεδιασμού και κατασκευής δικτύων GSM. Έχει σαν έδρα της το Βουκουρέστι και διαθέτει άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό. Σήμερα, η SUNLIGHT ROMANIA κυριαρχεί σε σημαντικούς τομείς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα. Μεταξύ μεγάλων πελατών της συγκαταλέγονται η ROM TELECOM, η Εταιρία Σιδηροδρόμων Ρουμανίας, η ROM GAS, σταθμοί διανομής υδροηλεκτρικής και θερμοηλεκτρικής ενέργειας, η βαριά χημική βιομηχανία, και το Υπουργείο Άμυνας.

Βουλγαρία - Sunlight Bulgaria

Η SUNLIGHT BULGARIA, ιδρύθηκε για να δώσει μια νέα ώθηση στα προϊόντα SUNLIGHT που βρίσκονται εκεί από το 1991. Η εταιρία καλύπτει τις αυξανόμενες ανάγκες των πελατών της με προϊόντα όπως συσσωρευτές, ηλεκτρονικά ισχύος και παροχής ενέργειας, αλλά και υπηρεσίες σχεδιασμού και κατασκευής δικτύων GSM. Στους κύριους πελάτες της συμπεριλαμβάνονται η NEK (Βουλγαρική Εταιρία Ηλεκτρισμού), η BTK (Βουλγαρική Εταιρία Τηλεπικοινωνιών), ο σταθμός παραγωγής πυρηνικής ενέργειας στο Κοζλοντούι, οι βουλγαρικοί σιδηρόδρομοι (BDZ) και το Υπουργείο Άμυνας της Βουλγαρίας.

Ουκρανία - Sunlight Ukraine

Πρόσφατα, ιδρύθηκε η εταιρία SUNLIGHT UKRAINE με αντικείμενο τη διάθεση προϊόντων όπως συσσωρευτές, ηλεκτρονικά ισχύος και παροχής ενέργειας, αλλά και υπηρεσίες σχεδιασμού και κατασκευής δικτύων GSM. Έχοντας έδρα της το Κίεβο, η SUNLIGHT UKRAINE στοχεύει στην εδραίωσή της σε σημαντικούς τομείς της αγοράς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα.

Το συνεχώς διευρυνόμενο πελατολόγιό της περιλαμβάνει τη UCRAINELECOM, τα COAL MINES LOCOMOTIVES και το Υπουργείο Άμυνας.

ΗΠΑ - WORLDFAST COMMUNICATIONS INC

Η εταιρία ιδρύθηκε το 2000 έχει αόριστη διάρκεια και έδρα της είναι το Delaware των ΗΠΑ. Σκοπός της εταιρίας είναι η δραστηριοποίηση της με οποιοδήποτε τρόπο στον τομέα της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών σε Βουλγαρία, Ρουμανία και FYROM.

12.12. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, πέρα από το καθαρά επιχειρησιακό του πρόσωπο, δραστηριοποιείται σε άλλους τομείς, προβάλλοντας και την κοινωνική του ευαισθησία και το ενδιαφέρον του για τα πολιτιστικά δρώμενα.

Η προστασία του περιβάλλοντος είναι θέμα που αφορά όλους και απαιτεί την ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση όλων μας.

Με βασικές αρχές τον σεβασμό και την προστασία του περιβάλλοντος η Περιβαλλοντική Πολιτική του Ομίλου κινείται στους κάτωθι άξονες :

1. Συμμόρφωση προς τις υφιστάμενες νομοθετικές απαιτήσεις.
2. Συνεχής βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των δραστηριοτήτων του Ομίλου.
3. Συμβολή στην γενικότερη βιώσιμη ανάπτυξη.

Στόχοι της Περιβαλλοντικής Πολιτικής του Ομίλου είναι :

- η πρόληψη της ρύπανσης

Εφαρμόζονται ολοένα και φιλικότερες προς το περιβάλλον τεχνολογίες και παραγωγικές διαδικασίες, επιδιώκοντας την καταπολέμηση της ρύπανσης στην πηγή της.

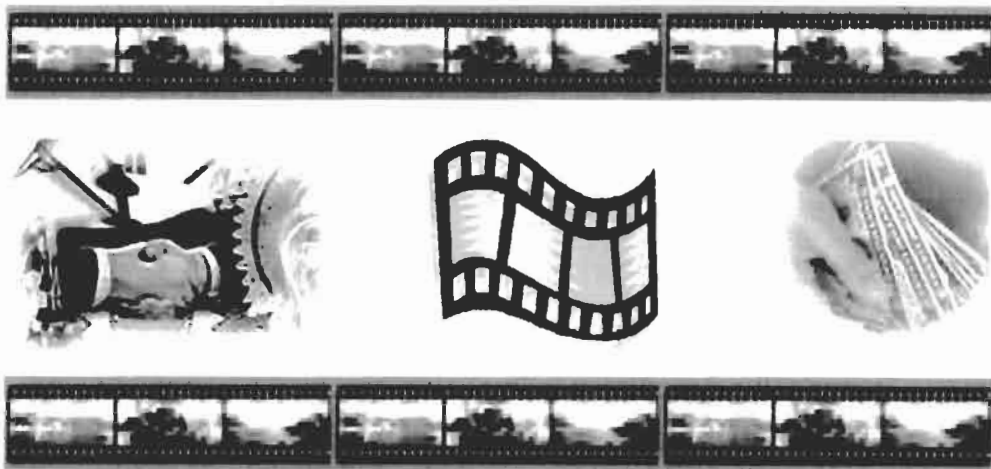
- η ελαχιστοποίηση των αποβλήτων

Η ανακύκλωση, η επαναχρησιμοποίηση υλικών καθώς και ο περιορισμός των παραγόμενων κατασκευαστικών αποβλήτων, αποτελούν τις αρχές λειτουργίας των δραστηριοτήτων του Ομίλου.

Σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης αποβλήτων κατά το πρότυπο ISO 14001 έχει εγκαταστήσει και εφαρμόζει ο όμιλος Γερμανός στο βιομηχανικό συγκρότημα Sunlight στο Νέο Όλβιο Ξάνθης. Η πιστοποίηση και εφαρμογή του προτύπου έγινε από την TÜV Cert. Το παραπάνω συγκρότημα, συνολικής έκτασης 8.000 τ.μ. με περισσότερους από 190 εργαζόμενους εξασφαλίζει ετήσια παραγωγική ικανότητα άνω των 230 εκατ.ευρώ.



Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αποτελείται από σειρά δομημένων διαδικασιών για την παρακολούθηση και βελτίωση των επιδράσεων που τα προϊόντα και οι δραστηριότητες και οι υπηρεσίες ενός βιομηχανικού συγκροτήματος έχουν στο περιβάλλον και στον εργαζόμενο. Όπως έγινε γνωστό από την εταιρεία, ο κατάλληλος σχεδιασμός και η λειτουργία των εγκαταστάσεων καθώς και των παραγωγικών διεργασιών έχουν ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, την αποτελεσματική διαχείριση των αποβλήτων και εκπομπών ρύπων στο περιβάλλον, καθώς και την αποτελεσματική και οικονομική χρήση των υδάτινων και ενεργειακών πόρων. Επίσης, πετυχαίνουν την ανάπτυξη και κατασκευή προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον καθώς και την ασφαλή απόθεση διαφόρων τύπων στερεών αποβλήτων. Για να εξασφαλίσει τα παραπάνω η Sunlight έχει επενδύσει στο βιομηχανικό συγκρότημα του Νέου Ολβίου άνω των 200 εκατ. δρχ. για εξοπλισμό και διαδικασίες περιβαλλοντικής διαχείρισης.



13. Η ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

13.1. Γενικά

Τα μέσα που κατ' εξοχήν χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο των διαφημιστικών εκστρατειών είναι η τηλεόραση, ο ημερήσιος και περιοδικός τύπος, το ραδιόφωνο, οι εξωτερικές γιγαντοαφίσες, καθώς και το Internet. Τα παραπάνω μέσα διαφοροποιούνται και εμπλουτίζονται κατά περίπτωση, ανάλογα με τις επιμέρους ομάδες κοινού της κάθε επικοινωνιακής ενέργειας, ενώ την εκάστοτε εκστρατεία πλαισιώνουν ειδικές προωθητικές ενέργειες, προσανατολισμένες στον πελάτη και σχεδιασμένες με κύριο γνώμονα τη σε βάθος ενημέρωση του κοινού και τη δημιουργία ολοκληρωμένης εικόνας της εταιρίας.

Οι διαφημίσεις της κάθε εταιρίας στην τηλεόραση επιστρατεύουν τη δύναμη της κινούμενης εικόνας, του ήχου και των ειδικών εφέ. Έτσι οι αρχικές ιδέες επενδύονται με ένα σενάριο, πρωταγωνιστές, τρισδιάστατα γραφικά και κατάλληλη μουσική. Δημιουργείται δηλαδή ένα «κινηματογραφικό έργο» που έχει στόχο να πουλήσει ένα προϊόν. Στόχος είναι, η διαφήμιση να είναι πολύ σύντομη ενώ οι εικόνες, τα εφέ και η μουσική πρέπει να καθηλώνουν τους τηλεθεατές από το πρώτο κίχλας δευτερόλεπτο. Έτσι, χρησιμοποιούνται εξειδικευμένοι γραφίστες που παράγουν σε υπολογιστές, τρισδιάστατα γραφικά υψηλής ποιότητας για να γυριστούν αρκετά εντυπωσιακές σκηνές.

Οι διαφημίσεις στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο περιλαμβάνουν το γραπτό κείμενο στο οποίο ο κειμενογράφος αναπτύσσει την δημιουργική ιδέα με την επιλογή κατάλληλων λέξεων. Στην διαδικασία αυτή εξετάζεται το φορτίο κάθε λέξης, η κυριολεκτική και η μεταφορική σημαία της, τα συμφραζόμενα, καθώς και το είδος (π.χ ηχομιμητική) και η σειρά της στο κείμενο. Η σύνταξη, η χρήση επίθετων υπερθετικού βαθμού, ο ρυθμός, η ενδεχόμενη ομοιοκαταληξία, η αρμονικότητα και το στίλ είναι σημαντικές παράγοντες, που συντελούν στην αποτελεσματικότερη διαμόρφωση του κειμένου και την επιτυχία μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος.

Οι διαφημίσεις των εταιριών στο ραδιόφωνο έχουν τρία κοινά στοιχεία με αυτές της τηλεόρασης : την αξιοποίηση της ανθρώπινης φωνής, την δυνατότητα έκφρασης μέσα από την μουσική και την χρήση των «ηχητικών εφέ». Αυτά τα τρία στοιχεία παρέχουν την δυνατότητα στο δημιουργικό τμήμα να διατυπώσει αρκετές εναλλακτικές προτάσεις επικοινωνίας. Η φωνή, αξιοποιώντας τον τόνο, τη χροιά, τη διακύμανση αλλά και το κύρος εκείνου που μιλά, αποτυπώνεται καλύτερα στην μνήμη από το αντίστοιχο κείμενο που διαβάζεται. Η φωνή είναι ένα από τα σπουδαιότερα στοιχεία για την μετάδοση του ραδιοφωνικού μηνύματος και αξιοποιείται με την μορφή μονόλογου, διάλογου και ανακοίνωσης ενώ σαν υπόβαθρο χρησιμοποιείται συνήθως η μουσική και τα «ηχητικά εφέ».

Στις διαφημίσεις των εταιριών σε εξωτερικούς χώρους το διαφημιστικό μήνυμα είναι συμπυκνωμένο, σύντομο και βασίζεται στην αναγνώριση του προϊόντος. Έχει την έκταση μιας επικεφαλίδας και η οπτική απεικόνιση είναι έντονη. Η χρονική διάρκεια μιας τέτοιας διαφήμισης είναι συνήθως δυο εβδομάδες αλλά παρουσιάζει μεγάλη διάρκεια ζωής. Για την μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα επιλέγονται σημεία που έχουν μεγάλη κίνηση.

Ο "ιστότοπος" (site) της κάθε εταιρίας αποτελείται από ένα πλήθος ιστοσελίδων, οι οποίες βρίσκονται κάτω από μια κοινή διεύθυνση . Το διαφημιστικό "site" έχει ως στόχο να μεταφέρει στο κοινό μέσω στατικού κειμένου, εικόνων, κινούμενων γραφικών, ήχων και videos πληροφορίες για το προϊόν, την υπηρεσία ή την εταιρία που αντιπροσωπεύουν. Επιπλέον μπορεί να προσφέρει την δυνατότητα της αγοράς του προϊόντος ή της υπηρεσίας της τεχνικής υποστήριξης και της επικοινωνίας με την εν λόγω εταιρία. Η πληροφόρηση γύρω από το διαφημιζόμενο προϊόν συνήθως γίνεται με τρόπο αντίστοιχο με αυτόν που συναντάμε στα διαφημιστικά φυλλάδια. Η διαφορά βρίσκεται στο γεγονός ότι με την χρήση "υπερσυνδέσμων" μπορούν να συνδέονται συγκεκριμένα αντικείμενα (εικόνες-λέξεις) με άλλες σελίδες, οι οποίες μπορούν να έχουν περαιτέρω πληροφορίες για αυτά. Παράλληλα υπάρχουν ειδικές "πολυμεσικές" παρουσιάσεις των διαφημιζόμενων προϊόντων με κίνηση, video, ήχο και αλληλεπίδραση από τον χρήστη. Με την χρήση ειδικών προγραμμάτων ο ιδιοκτήτης του "ιστότοπου" είναι σε θέση να καταγράφει τις κινήσεις ενός χρήστη μέσα στον συγκεκριμένο "ιστότοπο" και να συγκεντρώνει χρήσιμα στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά αναλύονται και προκύπτουν συμπεράσματα για την συμπεριφορά διαφόρων τύπων χρηστών, τη δημοτικότητα των διαφημιστικών μηνυμάτων κ.τ.λ. Όσο πιο επώνυμη είναι η επιχείρηση ή το προϊόν που προβάλλεται τόσο πιο εύκολο είναι να συγκεντρωθούν πληροφορίες (π.χ. συμπλήρωση ερωτηματολογίων από χρήστες) που αφορούν προσωπικές προτιμήσεις των χρηστών, συνήθειες κ.α. Πέρα από την αξιοποίηση των σύνθετων μεθόδων ανάλυσης, βασικό ενδεικτικό στοιχείο της επιτυχίας μιας διαφημιστικής καταχώρησης είναι το ποσοστό των ατόμων που επισκέπτονται το συγκεκριμένο "site" και στην συνέχεια ακολουθούν τα στάδια της συγκεκριμένης διαφήμισης. (25)

13.2. Διαφημιστικές Εταιρίες- Συνεργίες

Κάθε δέκα χρόνια καταξιωμένο έντυπο στο χώρο της διαφήμισης διεξάγει έρευνα και ζητά από τους 100 μεγαλύτερους διαφημιζόμενους να αξιολογήσουν το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρουν οι διαφημιστικές εταιρίες. Τα αποτελέσματα της τελευταίας έρευνας δείχνουν ότι το μέγεθος και η πολύχρονη πείρα στο χώρο της επικοινωνίας δεν αποτελούν πλέον τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιλογής της διαφημιστικής εταιρίας. Τον σημαντικότερο ίσως ρόλο παίζει " το δημιουργικό προϊόν" και ο χειρισμός του διαφημιστικού λογαριασμού στην εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά. Οι σύγχρονοι μέθοδοι διοίκησης και η τεχνογνωσία στον τομέα του Μάρκετινγκ (Marketing Know How) καταλαμβάνουν μια σημαντική θέση στα κριτήρια επιλογής των διαφημιζομένων.

Μελέτες που έγιναν στο εξωτερικό αναδεικνύουν ως βασικά χαρακτηριστικά επιλογής μιας διαφημιστικής εταιρίας την ποιότητα των στελεχών της και τις σχέσεις που έχουν με τον διαφημιζόμενο. Η φήμη της διαφημιστικής εταιρίας, η επικοινωνιακή στρατηγική που επιλέγει για το προϊόν, η δημιουργικότητα, η ομαδικότητα στο χειρισμό του "Λογαριασμού" (Account) αποτελούν άλλους σημαντικούς παράγοντες για την επιλογή της διαφημιστικής εταιρίας.

Τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, το κόστος των υπηρεσιών της διαφημιστικής εταιρίας επηρεάζει την απόφαση επιλογής. (25)

Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή είναι συνηθισμένο το φαινόμενο για τις ελληνικές επιχειρήσεις να αναθέτουν εξολοκλήρου τη διαφημιστική τους καμπάνια σε διαφημιστικές εταιρίες υπεύθυνες για τα προγράμματα προβολής και προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Η επικοινωνιακή στρατηγική και η διαχείριση της εταιρικής ταυτότητας του Ομίλου ΔΕΛΤΑ έχει ανατεθεί στην Διεύθυνση Εταιρικής Επικοινωνίας. Σε επίπεδο εταιριών κάθε θυγατρική εταιρία του Ομίλου δρα δυναμικά τόσο για την προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών όσο και για την ενίσχυση της ηγετικής θέσης τους στην αγορά. Τα προϊόντα λανσάρονται σε συνεργασία με μεγάλες διαφημιστικές εταιρίες όπως η Fortune BDDP (για τη Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος), η Spot Thompson (για τη Δέλτα Βιομηχανία Παγωτού), η Mass (για την Γενική Τροφίμων και την Arla Foods Hellas) και η McCann-Erickson (για την Goody's) (26). Για την περαιτέρω ενίσχυση των προϊόντων της η ΔΕΛΤΑ επενδύει σε προωθήσεις μέσα σε καταστήματα (in-store).

Η Cosmote επίσης, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην εταιρική επικοινωνία για την προώθηση τόσο των προϊόντων και των υπηρεσιών της, όσο και της εικόνας της. Η Διεύθυνση Προϊόντων Υπηρεσιών και Marketing έχει αναλάβει την διαφημιστική προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της σε συνεργασία με τις διαφημιστικές εταιρίες Ashley & Holmes και McCann-Erickson. Η McCann-Erickson έχει αναλάβει την διαφημιστική καμπάνια της εταιρίας σε συνεργασία με την Le Spot Production (26).

Παράλληλα η Cosmote αξιοποιεί τα οφέλη που προκύπτουν από το ισχυρό όνομά της και το συσχετισμό με τον ΟΤΕ, προβαίνοντας σε ανάλογες ενέργειες διαφήμισης. Η περαιτέρω ενίσχυση του brand name επιτυγχάνεται με διαφημιστικές εκστρατείες αλλά και με διάθεση πόρων για την υποστήριξη της προώθησης της Cosmote από τους εμπορικούς συνεργάτες της. Εξάλλου, στην προσπάθειά της να ανταποκριθεί στις ανάγκες των πελατών της ενισχύει περαιτέρω τις ήδη προσφερόμενες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Πραγματοποιεί επίσης κοινές προωθητικές ενέργειες με τους αντιπροσώπους της,

- Ο.Τ.Ε.
- Altcom
- Γερμανός
- Klimaphone
- Μπενρουμπή Net
- Πλαίσιο
- Sanyocom
- Spacephone
- One-Way Technostones
- Carrefour – Μαρινόπουλος

που στόχο έχουν αφενός την αύξηση της πελατειακής της βάσης και αφετέρου την ενημέρωση του κοινού, για τα ίδια ή τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες που εισάγει συνεχώς. Η Εταιρία υποστηρίζει τις κινήσεις αυτές αναλαμβάνοντας μέρος του κόστους, ενώ ταυτόχρονα ελέγχει το περιεχόμενο τους, έτσι ώστε να προβάλλεται μια ενιαία εικόνα της προς το κοινό. Οι κινήσεις αυτές καθορίζονται από τη Διεύθυνση πωλήσεων δικτύου (19),(21).

Η προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της Vodafone (Greece) αποτελεί βασικό στόχο και αρμοδιότητα όλων των εργαζομένων της εταιρίας. Η Εμπορική Διεύθυνση και η Διεύθυνση Εταιρικών Σχέσεων έχουν αναλάβει την διαφημιστική προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρίας, σε συνεργασία με μεγάλες διαφημιστικές εταιρίες. Συγκεκριμένα η Vodafone (Greece) έχει αναθέσει το διαφημιστικό της λογαριασμό στην εταιρία Bold/O&M (μετά από διαγωνισμό, στον οποίο έλαβαν μέρος συνολικά εννέα εταιρίες), προηγουμένως στην εταιρία Adel/SSA ενώ και η διαφημιστική εταιρία Urset έχει επιμεληθεί την προβολή αρκετών υπηρεσιών της. Σε κοινές προωθητικές ενέργειες προβαίνει επίσης με ανεξάρτητους εμπορικούς αντιπροσώπους της (Mobitel, Viafon, Nextnet) (13) ενώ επωφελείται και από το κοινό brand name, την παγκόσμια προβολή του οποίου πραγματοποιεί η μητρική της Vodafone Group Plc.

Ο Όμιλος εταιριών Γερμανός έχει αναθέσει την επικοινωνιακή στρατηγική του στην Διεύθυνση Μάρκετινγκ Δίκτυου της εταιρίας με ιδιαίτερη βαρύτητα στις συνδρομητικές υπηρεσίες (κινητής τηλεφωνίας, σταθερής τηλεφωνίας, internet, συνδρομητικής τηλεόρασης). Η προβολή και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών και η νέα εικόνα των καταστημάτων πραγματοποιείται σε συνεργασία με τις διαφημιστικές εταιρίες Unexpected Advertising και McCann-Erickson (26). Επίσης την μελέτη και το σχεδιασμό της νέας ταυτότητας του Δικτύου Καταστημάτων Γερμανός επιμελήθηκε η εταιρία Red Design Consultants. Τον πρωτοποριακό σχεδιασμό με "οριζόντιο scrolling" και την παραγωγή του εταιρικού site ανέλαβε η Opticom "The New Media Agency", βασισμένη στην εταιρική επικοινωνία του ομίλου ΓΕΡΜΑΝΟΣ που δημιούργησε η Red Design Consultants. Τέλος την διαφημιστική καμπάνια των ανεξάρτητων εμπορικών αντιπροσώπων Multirama Γερμανός έχει αναλάβει η McCann-Erickson.

13.3. Διαφημιστικές Καμπάνιες

Ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ επιδιώκει την επικέντρωση του σε διαφημιστές καμπάνιες που αναδεικνύουν την στρατηγική του να καλύψει τους άξονες διατροφής-υγείας-ψυχαγωγίας, σε συνδυασμό με την ευέλικτη οργανωτική δομή και την ανεξαρτησία της κάθε θυγατρικής εταιρείας κάτω από την ομπρέλα κοινής εταιρικής κουλτούρας. Η Δέλτα Συμμετοχών παίζει ενεργό ρόλο στην περαιτέρω διεξόδυσή στην αγορά των προϊόντων των θυγατρικών εταιριών της (Δέλτα Παγωτού, Δέλτα Γάλακτος, Γενική Τροφίμων κ.λπ.) μέσω ανάπτυξης πολυδιάστατων κοινών προγραμμάτων ανάπτυξης. Ενδεικτικά αναφέρονται η επιτυχία του «MILKOμπούκαλου», η ανάπτυξη του ADVANCE στην παιδική διατροφή, τα έτοιμα φαγητά του Μπάρμπα Στάθη, η διεξόδυση της ΦΕΤΑΣ ΔΕΛΤΑ, η ανάπτυξη της διανομής του βουτύρου LURPAK και η επέκταση της ηγετικής θέσης της ALOMA και του NIRVANA. Σε όλα αυτά πρέπει να προστεθεί και η είσοδος της γαλακτοβιομηχανίας ΔΕΛΤΑ στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης και το λανσάρισμα του «mmilk» διάρκειας 20 ημερών (χάρη στη μέθοδο Υψηλής Παστερίωσης Purelac®



που εφαρμόζει αποκλειστικά η ΔΕΛΤΑ) που έχει ως στόχο να καλύπτει τις ανάγκες καταναλωτών και σε απομακρυσμένες περιοχές. Το νέο γάλα «milk» διατίθεται σε ένα ειδικά μελετημένο ανακυκλώσιμο μπουκάλι κατάλληλο για τις ελληνικές κλιματολογικές συνθήκες.

Η εταιρεία ξεκίνησε ένα εντατικό διαφημιστικό πρόγραμμα υποστήριξης του προϊόντος από τα ΜΜΕ με στόχο να ανακτήσει τα μερίδια στον κλάδο και να προσφέρει νέα διέξοδο στην κατανάλωση γάλακτος. Η διαφημιστική προβολή τόσο κατά την εισαγωγή των νέων προϊόντων της εταιρίας όσο και κατά την ανανέωση των παλαιότερων συνδυάζεται με πολλούς σημαντικούς παράγοντες που έχουν ως στόχο την εδραίωση των επώνυμων ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων της και την δημιουργία νέων πρότυπων βασιζόμενων στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.



Το επαναλανσάρισμα του δημοφιλές σοκολατούχου γάλακτος MILKO, σε νεότερη συσκευασία πιο μοντέρνα, εύχρηστη, ιδανική για ασφαλή μεταφορά υπόσχεται υγιεινή απόλαυση με στόχο την ευρύτερη αγορά των ποτών για νέους. Χάρη σε μια νέα, αποκλειστική τεχνολογία της ΔΕΛΤΑ, το προϊόν κυκλοφορεί τώρα και σε μπουκάλι των 500 ml. παράλληλα με τις ήδη υπάρχουσες χάρτινες συσκευασίες. Η εταιρία προκείμενου να εγγυηθεί για την ποιότητα των προϊόντων της ενημερώνει υπεύθυνα τους καταναλωτές για την προέλευση της πρώτης ύλης και τους έλεγχους που πραγματοποιούνται κατά τη διαδικασία παραγωγής. Επιπλέον η δημιουργία του πρότυπου πλήρως αυτοματοποιημένου Κέντρου Ενημέρωσης ΔΕΛΤΑ έχει ως σκοπό την υπεύθυνη πληροφόρηση των καταναλωτών πάνω σε θέματα διατροφής και υγείας.



Η ανανέωση συνεχίζεται και από πλευράς εμφάνισης, με ακόμη πιο μοντέρνες και πρακτικές συσκευασίες για όλη τη σειρά προϊόντων του φρέσκου γάλακτος ΔΕΛΤΑ. Οι συσκευασίες αυτές αποτελούν και τα πρώτα προϊόντα του ομίλου ΔΕΛΤΑ επάνω στα οποία τοποθετείται το έμβλημα του «Αθήνα 2004», μετά την ανάληψη της χορηγίας των Ολυμπιακών Αγώνων. Η ΔΕΛΤΑ επενδύει μεγάλα ποσά στη διαφήμιση μέσω τηλεόρασης για να υποστηρίξει το λανσάρισμα νέων προϊόντων, να ενισχύσει υπάρχουσες μάρκες και να κατηγοριοποιήσει τα προϊόντα της (positioning). Επίσης, σημαντικές είναι και οι δαπάνες στο ραδιόφωνο, στον τύπο και στην ύπαιθρο (outdoor), που πραγματοποιούνται για τους παραπάνω σκοπούς.



Στα πλαίσια της συνεχούς έρευνας και εξέλιξης, παρουσίασε το νέο φρέσκο, εμπλουτισμένο γάλα ΔΕΛΤΑ Plus. Το ΔΕΛΤΑ Plus είναι το μόνο φρέσκο γάλα, εμπλουτισμένο με 40% επιπλέον ασβέστιο και με βιταμίνες Α και D, για να μπορεί να καλύπτει τις αυξημένες ανάγκες, όλων των ηλικιών, σε ασβέστιο. Η μεγάλη γκάμα προϊόντων που λανσάρει η εταιρία μέσα από συνεχείς διαφημιστικές καμπάνιες ισχυροποιεί την θέση της στην ελληνική αγορά. Η εταιρία φαίνεται να συμβαδίζει με τις νέες καταναλωτικές τάσεις και την ανάγκη για πρακτικά λειτουργικά προϊόντα πλούσια σε βιταμίνες και ιχνοστοιχεία. Στις στρατηγικές προώθησης των προϊόντων της ΔΕΛΤΑ πλεονέκτημα μπορεί να θεωρηθεί η διαφοροποίηση των συσκευασιών της τόσο σε ποικιλία όσο και σε πρωτότυπη εμφάνιση.



Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι, κυρίως για τα προϊόντα του κλάδου τροφίμων και ποτών η διαφήμιση αποτελεί ένα τρόπο προώθησης των προϊόντων αλλά όχι και το μοναδικό που θα πείσει τον καταναλωτή. Ο καταναλωτής πρέπει να μπει στην διαδικασία να δοκιμάσει το προϊόν και να ενεργοποιηθούν οι αισθήσεις εκείνες που θα παγιεύσουν στο μυαλό του τις ιδιότητες του προϊόντος. Το αισθητηριακό marketing λοιπόν είναι αυτό που θα καθορίσει την επιλογή του για το προϊόν και αρκετά από τα στοιχεία του προβάλλονται μέσα από την διαφήμιση. Με τις εταιρείες να περιορίζουν τις διαφημιστικές τους δαπάνες, οι διαφημιστικές καταχωρίσεις κοντά σε καταστήματα ομίλων λιανικής είναι ιδιαίτερα ελκυστικές, καθώς είναι οικονομικότερες σε σχέση με τα τηλεοπτικά διαφημιστικά σποτ. Τα καταστήματα στα οποία προωθούνται τα προϊόντα προσφέρουν παράλληλα την προοπτική επιρροής των καταναλωτών όταν πρόκειται να αγοράσουν κάτι, εν αντιθέσει με τις τηλεοπτικές ή έντυπες διαφημίσεις, οι οποίες προσεγγίζουν τον καταναλωτή όταν βρίσκεται στο σπίτι και όχι λίγο πριν να πάει για ψώνια. Ο πολυσχιδής όμιλος εταιριών ΔΕΛΤΑ φαίνεται να υιοθετεί τις στρατηγικές αυτές και να πείθει τον καταναλωτή με τον καλύτερο τρόπο εστιάζοντας στους βασικούς άξονες διατροφής-υγείας-ψυχαγωγίας.

Σημαντική επικοινωνιακή πολιτική έχει αναπτύξει ο Όμιλος ΔΕΛΤΑ για τους χρήστες του διαδικτύου. Κάτω από την εταιρική του πύλη [www.delta.gr] τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του οποίου έχει επιμεληθεί η InTarget παρέχει σημαντικές πληροφορίες τόσο για την ταυτότητα της εταιρίας, όσο και για το σύνολο των προϊόντων της, την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά τους. Επίσης σε ειδικά διαμορφωμένες σελίδες ο χρήστης μπορεί να κάνει τις παρατηρήσεις του και να επικοινωνήσει με την εταιρία.

Ο Όμιλος μέσω των θυγατρικών εταιριών του, αλλά και μέσω των ενεργειών της κεντρικής διοίκησης, όπως αυτή εκφράζεται από τη ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε., επικεντρώνεται σε πολιτικές, επιστημονικές και φιλανθρωπικές δραστηριότητες, οι οποίες επιδεικνύουν ευαισθησία προς τις ανάγκες του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, ενισχύουν την ηγετική εικόνα του και τον καταξιώνουν στη συνείδηση των καταναλωτών ως μια σύγχρονη ελληνική εταιρία, η οποία διαθέτει ανθρώπινο προσωπικό και συμβάλει ενεργά στη διατήρηση και αναβάθμιση της κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής του τόπου. Στα πλαίσια αυτά η κάθε θυγατρική εταιρία εφαρμόζει ένα εξειδικευμένο πρόγραμμα χορηγιών και άλλων συναφών ενεργειών, ακολουθώντας πάντα τους ανωτέρω βασικούς προσδιοριστικούς άξονες και επιδιώκοντας να δημιουργούνται εξωτερικές συνεργείες.

Η Vodafone (Greece) ξεκίνησε μεγάλη τηλεοπτική διαφημιστική καμπάνια με στόχο τη γνωστοποίηση στο ελληνικό κοινό της νέας εποχής που φέρνει η εταιρεία στις Τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες μέσω των πρωτοποριακών υπηρεσιών της. Η δυναμική εισαγωγή του brand της Vodafone στην ελληνική αγορά (Νοέμβριος 2001), συνοδεύτηκε από την προβολή της διαφημιστικής καμπάνιας με το μήνυμα "How are you?", που εξελίχθηκε στην ελληνική τηλεόραση και παράλληλα σε 12 χώρες. Πρόκειται για ένα νεανικό, πολυποίκιλο σε σκηνές, spot που επενδύθηκε μουσικά από το τραγούδι "Bohemian like you" του συγκροτήματος των "The Dandy Warhols". Η απάντηση στο διαφημιστικό αυτό μήνυμα από τους πελάτες αποσκοπούσε στην δημιουργία μιας αμφίδρομης



σχέσης επικοινωνίας με την εταιρία. Η προσαρμογή της καμπάνιας στα ελληνικά δεδομένα, χωρίς να αλλοιώνεται στο ελάχιστο η αρχική ιδέα, είχε ως στόχο την ανάδειξη της στενής σχέσης που υπάρχει πλέον μεταξύ της Vodafone (Greece) και της μητρικής εταιρίας Vodafone, καθώς και τη δυναμική εισαγωγή του brand της Vodafone στην ελληνική αγορά.



Η πελατοκεντρική φιλοσοφία της εταιρείας, φαίνεται να εστιάζεται και στην διαφημιστική καμπάνια που ξεκίνησε πριν λίγο καιρό με την ενεργή συμμετοχή του κόσμου. Τα διαφημιστικά σποτ της εταιρίας αφορούν ανθρώπους σε στιγμές όπου η επικοινωνία έχει ιδιαίτερη σημασία και στις οποίες η εταιρία, δρώντας με γνώμονα τις ανάγκες του καταναλωτή, προτείνει συμφέρουσες λύσεις μέσα από τις υπηρεσίες που παρέχει. Η προβολή των σποτ στα μεγαλύτερα ελληνικά τηλεοπτικά κανάλια δημιούργησε πολύ θετικές εντυπώσεις, όπως επίσης, θετικές εντυπώσεις δημιούργησε και η διασκεδαστική ιδέα της εταιρίας Upset για το σποτ της νέας υπηρεσίας «Collect Call» που λανσάρεη η Vodafone (Greece) στο τηλεοπτικό κοινό. Υποστηρίζεται ότι το χιούμορ βοηθά στην δημιουργία ευνοϊκού κλίματος, που με την σειρά του βοηθά στην ευκολότερη απομνημόνευση στοιχείων του μηνύματος, τα οποία αφορούν το προϊόν.

Σημαντική υπαίθρια διαφημιστική προβολή για το «CU» προγραμμάτισε η εταιρία όντας χορηγός των φεστιβάλ χορού που διοργανωθήκαν στην Αθήνα (Athens Dance Festival-28/08/2002), την Πάτρα (Patra's Dance Festival-16/03/2002) και τα κέντρα διασκέδασης Energy (Energy Dance Festival-08/09/2001) και Cavo Paradiso (CU party at Cavo Paradiso featuring John Digweed-18/08/2001). Την υπηρεσία roaming του Vodafone a la Carte λανσάρεη η UpSet με τη νέα καμπάνια που δημιούργησε. Η επικοινωνία, με χιουμοριστικό τρόπο, εστιάζει στην έννοια της αθωότητας προβάλλοντας την υπηρεσία roaming χωρίς διαδικασίες και πιστωτική κάρτα του Vodafone a la Carte.



Πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι η Vodafone (Greece) επενδύει και σε διαφημίσεις μέσω εφημερίδων εθνικής εμβέλειας καταλαμβάνοντας επιλεκτικά σημεία μέσα σε αυτές με κατάλληλη μορφή κειμένου ώστε το διαφημιστικό μήνυμα να απομνημονεύετε εύκολα από τον αναγνώστη.

Οι μεγάλες εταιρείες των τηλεπικοινωνιών στη χώρα μας έχουν επιδείξει έντονο ενδιαφέρον για τον ελληνικό αθλητισμό. Μία από αυτές είναι και η Vodafone (Greece), η οποία το τελευταίο χρονικό διάστημα προβάλλει τη χορηγία της στον αθλητισμό, με μία πολύ ενδιαφέρουσα τηλεοπτική καμπάνια. Η επικοινωνία αφορά στην χορηγία της Vodafone προς τον ΣΕΓΑΣ και αποτελείται από τέσσερις «ταινίες» και σειρά καταχωρίσεων στον Τύπο.



Τις επικοινωνιακές δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο στο νέο e-Commerce περιβάλλον εκμεταλλεύεται η εταιρία με την συμμετοχή της στο μετοχικό κεφάλαιο της VIZZAVI ΕΛΛΑΣ. Πρόκειται για την θυγατρική κατά 20% εταιρία της Vodafone (Greece) η οποία δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων στην προβολή, διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της μέσω λειτουργίας δικτυακής πύλης. Στον ιστότοπο της εταιρίας [www.vodafone.gr] ο χρήστης μπορεί να αντλήσει πληροφορίες τόσο για την εταιρία, όσο και για τα προϊόντα της να επικοινωνήσει μαζί της, ακόμα και να πραγματοποιήσει αγορές. Ο νέος αυτός τρόπος αμφίδρομης επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η εταιρία για την προβολή των προϊόντων της αποτελεί μέρος του προγράμματος Μάρκετινγκ το οποίο υπάγεται στο γενικότερο πρόγραμμα Μάρκετινγκ της εταιρίας.



Το πλούσιο διαφημιστικό πρόγραμμα της εταιρίας για την προβολή της επιχείρησης και την προώθηση των εν γενεί υπηρεσιών της ενισχύεται και από την μητρική της Vodafone Group Plc. Το κοινό πλέον εμπορικό σήμα μεταξύ του Ομίλου και της Ελληνικής θυγατρικής εταιρίας προβάλετε μέσα από χορηγίες παγκοσμίου εμβέλειας στο πλαίσιο της παγκόσμιας χορηγικής στρατηγικής του Ομίλου. Η Vodafone είναι ένας από τους βασικούς χορηγούς της Ferrari στο παγκόσμιο πρωτάθλημα της Formula 1 ενώ η τριετής συμφωνία χορηγίας είναι η μεγαλύτερη στην ιστορία της Vodafone και είναι η πρώτη φορά που ο Όμιλος αναμιγνύεται σε μεγάλης κλίμακας παγκόσμια χορηγία. Η εν λόγω χορηγία να μεν προσφέρει σημαντική παρουσία της Vodafone στα αυτοκίνητα και τους οδηγούς, αλλά έχει και μια τεχνική πτυχή: η Vodafone θα καταστεί ο επίσημος προμηθευτής της Ferrari τόσο για τα κινητά τηλέφωνα, όσο και για την προσφορά πληροφόρησης σχετική με τους αγώνες μέσω κειμένων, εικόνων και βίντεο προς τους υποστηρικτές της ομάδας σε παγκόσμιο επίπεδο.



Συμφωνία συνεργασίας στο πλαίσιο της παγκόσμιας χορηγικής στρατηγικής του Ομίλου υπεγράφη και με τον David Beckham δημοφιλέστερο ποδοσφαιριστή στον πλανήτη. Η συμφωνία διάρκειας δύο ετών στοχεύει στην σύνδεση της εταιρίας με τον πλέον γνωστό αστέρα του παγκοσμίου ποδοσφαίρου, εξασφαλίζοντας έτσι τη μέγιστη δυνατή αναγνωρισιμότητά της ανάμεσα στα εκατομμύρια θαυμαστών του σε όλον τον κόσμο!



Μέσα στο 2001, η Cosmote έδωσε σημαντική έμφαση στην εταιρική της επικοινωνία, με την εισαγωγή νέων χρεώσεων (συμβόλαια και καρτοκινητή), τις νέες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (MyCosmos και υπηρεσίες τρίτων) και την εισαγωγή νέων πρωτοποριακών προϊόντων (What's Up) μέσα από διάφορες διαφημιστικές καμπάνιες.



Την καμπάνια του What's Up της Cosmote, επιμελήθηκε η κοινοπραξία McCann - Ashley. Έχοντας ως βασική στρατηγική επιλογή την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας μέσω της πύλης κινητών επικοινωνιών MyCosmos, η εταιρία εμπλουτίζει διαρκώς τις υπηρεσίες αυτές για την κάλυψη των αναγκών της



πελατειακής της βάσης. Τα νέα αυτά προϊόντα τα διαφημίζει μέσω όλων των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η πελατοκεντρική φιλοσοφία της εταιρείας εστιάζεται στις δυο «ταινίες» που βρίσκονται ήδη στον αέρα σε παραγωγή Le Spot Production, όπου παρουσιάζονται με χιουμοριστικό τρόπο οι ιστορίες από την καθημερινότητα νέων ανθρώπων, στις οποίες το What's Up διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο.

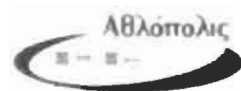


Η καμπάνια «τρέχει» σε τηλεόραση, ραδιόφωνο, εξωτερική διαφήμιση και καταχωρίσεις στον Τύπο, ενώ επιλέχθηκε το τραγούδι "Fake" του πατρινού συγκροτήματος "Raining Pleasure" για να ντύσει την πρόσφατη τηλεοπτική καμπάνια του δικτύου. Η επικοινωνία της Cosmote συνεχίζεται με μια νέα ταινία διάρκειας 45" από τη McCann / Ashley σε συνεργασία με την Le Spot Production, γεμάτη από Ελλάδα καλοκαίρι και πάνω απ' όλα ανθρώπινη επαφή. Το σποτ παρουσιάζει μια μικρή στιγμή ανθρώπινης επικοινωνίας όπου ενώνονται η παραδοσιακή και η σύγχρονη Ελλάδα.

Υπαίθρια διαφημιστική προβολή διοργανώθηκε από την Cosmote στην πρωτότυπη εκδήλωση με έντονο νεανικό χρώμα και παρουσία του Διευθύνοντος συμβούλου της εταιρίας που πραγματοποιήθηκε την 1^η Ιουλίου για την απονομή των βραβείων και στους νικητές του εικαστικού διαγωνισμού Art is Up, που διοργάνωσε. Στο διαγωνισμό που είχε θέμα «WHAT'S UP επικοινωνία και ελεύθερη έκφραση», συμμετείχαν εκατοντάδες νέοι ηλικίας 15 έως 26 ετών από όλη της Ελλάδα στέλνοντας έργα ζωγραφικής και σχεδίου, φωτογραφίες, video, CD-Rom και ψηφιακές εικόνες.

Η εταιρική επικοινωνία της cosmote, στα πλαίσια του προγράμματος Marketing δεν σταματά εδώ αλλά συνεχίζεται και στο διαδίκτυο μέσω του ιστότοπου της εταιρίας [www.cosmote.gr]. Το διαφημιστικό "site" της προβάλλει όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες της και παρέχει πληροφορίες τόσο για την εταιρία και τους αντιπροσώπους της, όσο και για την ευκολότερη εξυπηρέτηση των πελατών της στην αμφίδρομη επικοινωνία της με αυτήν.

Επίσης στην προσπάθεια της να αναγνώσει αποτελεσματικά την εικόνα που έχει το ευρύ κοινό για την εταιρία, πραγματοποιεί έρευνες κοινής γνώμης σε τακτά χρονικά διαστήματα αναπροσαρμόζοντας αν χρειαστεί την επικοινωνιακή της πολιτική. Παράλληλα, πλην της εμπορικής επικοινωνίας για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, η Εταιρία φροντίζει να ισχυροποιεί την εικόνα της αξιοπιστίας και του κύρους της μέσω ενεργειών έμμεσης επικοινωνίας, όπως είναι οι χορηγίες (που είδαμε παραπάνω) στον τομέα του αθλητισμού, του πολιτισμού, των επιστημών και της τεχνολογίας, η συμμετοχή σε σημαντικές κλαδικές εγχώριες ή διεθνείς εμπορικές εκθέσεις κ.α. Ιδιαίτερα μέσα από το Αθλόπολις όπου υπάρχει ειδική έκθεση για αυτά. Το «Αθλόπολις» έχει στόχο την προώθηση και την επικοινωνία των ολυμπιακών αξιών με τη δημιουργική αξιοποίηση εφαρμογών υψηλής



τεχνολογίας. Οι επισκέπτες του έχουν τη δυνατότητα να βιώσουν την ατμόσφαιρα των Ολυμπιακών Αγώνων σε μια «πόλη» έκτασης 2.000 τ.μ. μέσα από πρωτοποριακά διαδραστικά (interactive) συστήματα και να γνωρίσουν την ίδια την εταιρία και τα προϊόντα της (21).

Αποτέλεσμα όλων των επικοινωνιακών ενεργειών είναι η ισχυροποίηση του ονόματος της εταιρίας η αύξηση της πελατειακής της βάσης και η αύξηση της χρήσης των υπηρεσιών της, και αυτό, γιατί το όνομα της, στο οποίο έχει προσδώσει έντονο ελληνικό χαρακτήρα είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την συνείδηση του ελληνικού καταναλωτικού κοινού με τις ξεκάθαρες χρεώσεις, τις φιλικές υπηρεσίες και την υψηλή ποιότητα εξυπηρέτησης.

Ένα είδος άμεσης επικοινωνίας με τους συνδρομητές τους επιδιώκουν η Vodafone (Greece) και η Cosmote κάνοντας χρήση των υπηρεσιών που παρέχουν. Συγκεκριμένα η διαφήμιση μέσω γραπτών μηνυμάτων (SMS) αφορά την ενημέρωση των συνδρομητών για τις νέες υπηρεσίες και τα "πακέτα" προσφοράς και πρόκειται για έναν άμεσο τρόπο εντοπισμού πελατών οποιασδήποτε κατηγορίας όπως επισημαίνουν στελέχη του κλάδου marketing. Σε ολόκληρη την Ευρώπη διαφημιζόμενοι και παράγοντες της αγοράς στρέφονται προς τα γραπτά μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου για την προώθηση των προϊόντων τους. Αυτό φαίνεται να επιδιώκουν και οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας εταιρία επωφελούμενες από το μειωμένο για αυτές κόστος προβολής.



Η δυνατότητα επίσης αποστολής και λήψης Μηνυμάτων Πολυμέσων (Multimedia Messaging Service - MMS), η οποία αποτελεί την εξέλιξη του γνωστού SMS, έρχεται να εγκαινιάσει νέα, πρωτοποριακά δεδομένα στην κινητή επικοινωνία επιτρέποντας στους συνδρομητές των εταιριών να αποστέλλουν και να λαμβάνουν μηνύματα που συνδυάζουν έγχρωμες φωτογραφίες, κείμενο χωρίς περιορισμό λέξεων καθώς και ήχο. Η διαφημιστική προβολή της υπηρεσίας MMS, συνοδεύτηκε από την δωρεάν προσφορά της για τους πρώτους μήνες με σκοπό την καλύτερη και ευκολότερη εξοικείωση των συνδρομητών με τα MMS. Η τακτική ενίσχυσης της διαφημιστικής καμπάνιας εφαρμόζετε σχεδόν σε όλα τα διαφημιζόμενα προϊόντα και υπηρεσίες των εταιριών και αποσκοπεί στην εξουδετέρωση των διαφημιζόμενων ανταγωνιστικών προϊόντων και την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.



Και οι δυο εταιρίες κινητής τηλεφωνίας επενδύουν σε διαφημίσεις μέσα από εξειδικευμένα περιοδικά όπως "Connecting" και "Κινητά Νέα", ενώ διανέμουν και διαφημιστικά φυλλάδια μέσω των αποκλειστικών καταστημάτων τους αλλά και των εμπορικών αντιπροσώπων τους. Παρέχουν έτσι πληρέστερη εικόνα των προϊόντων και υπηρεσιών τους και αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών τους (πακέτα προσφορών, συσκευές, προγράμματα σύνδεσης, τιμολόγια) δίνοντας την δυνατότητα στον πελάτη να επιλέξει το πρόγραμμα χρήσης και τις υπηρεσίες που αρμόζουν στον τρόπο ζωής του και στην προσωπικότητα του.

Μετά από 22 χρόνια άκρως επιτυχημένης πορείας ο Όμιλος εταιριών Γερμανός, ανοίγει καινούριους δρόμους στην εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Στόχο έχει να δημιουργήσει ένα φιλικότερο προς τον καταναλωτή κατάστημα. Στα «νέα» Καταστήματα Γερμανός, ο καταναλωτής μπορεί να ξεναγηθεί και να περιηγηθεί στον «κόσμο της τεχνολογίας». Μέσα σε ένα μοντέρνο χώρο, με καινούργια έπιπλα, χρώματα και σωστή διάταξη των προϊόντων, έρχεται ακόμα πιο κοντά στα προϊόντα και στις υπηρεσίες που τον ενδιαφέρουν, μπορεί να αγγίξει και να περιεργαστεί μόνος του τα προϊόντα, να εκφράσει τις απορίες του και να λάβει τις σωστές απαντήσεις και συμβουλές. Μπορεί ακόμα και κατά την έξοδο του από το κατάστημα, να ενημερωθεί αναλυτικότερα παίρνοντας διαφημιστικά φυλλάδια που παρέχει το δίκτυο καταστημάτων στα οποία περιέχονται πληροφορίες για τα τελευταία τεχνολογικά προϊόντα και υπηρεσίες.



Η «νέα» ενιαία εικόνα, που σηματοδοτεί μία νέα εποχή για τα 490 καταστήματα του Δικτύου στην Ελλάδα και το Εξωτερικό, σχεδιάστηκε μετά από διετή ποιοτική έρευνα, παρακολουθώντας τις παγκόσμιες καταναλωτικές τάσεις. Επίκεντρο έχει την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή, και εκφράζει το όραμα του Δικτύου, να συνδέει πάντα τον άνθρωπο με την τεχνολογία, ακόμη πιο φιλικά, πιο αξιόπιστα, πιο εύκολα και «πιο απλά». Σε αυτή την κατεύθυνση σχεδιάστηκε και το «νέο» σήμα του Δικτύου, εμπνευσμένο από το κουμπί «power on/power off» που βρίσκεται στις περισσότερες ηλεκτρονικές συσκευές, που με το άγγιγμα του ο καταναλωτής μπαίνει στον «μαγικό κόσμο της τεχνολογίας».



G ΓΕΡΜΑΝΟΣ

Η εταιρία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην προβολή και προώθηση των προϊόντων της μέσα από τη τηλεόραση εκμεταλλευόμενη την σπουδαιότητα της εικόνας. Σε συνεργασία με την Unexpected Advertising, δημιούργησε μια σειρά από χιουμοριστικά διαφημιστικά σποτ με πρωταγωνιστή τον δημοφιλή ηθοποιό Αντώνη Καφετζόπουλο για την διαφημιστική καμπάνια «Το κινητό θέλει το Γερμανό του». Κατόρθωσε έτσι, όχι μόνο να κάνει γνωστά τα προϊόντα της στο ευρύ κοινό, αλλά και να περάσει μηνύματα «slogan» τα οποία ακούγονται καθημερινά από όλους. Η ετυμολογική προέλευση του «slogan» βρίσκεται στην έκφραση της κελτικής διαλέκτου "slugh Gairm" που σημαίνει κραυγή μάχης. Αποτελεί συμπύκνωση του κειμένου, αλλά και όλης της διαφήμισης σε μια σύντομη, εύκολα απομνημονεύσιμη, επαναλαμβανόμενη πρόταση, που «τοποθετεί» το προϊόν στην αγορά και το ξεχωρίζει από τα ανταγωνιστικά (25).



Μια ακόμα υπηρεσία με πρωταγωνιστή τον Α. Καφετζόπουλο «TATTOO4U» παρουσιάστηκε στις τηλεοπτικές οθόνες και αφορούσε τις οθόνες των κινητών. Η εταιρία επικοινωνεί, με χιουμοριστικό τρόπο και με το σύνθημα «Φορτώνεις TATTOO Γερμανού» με το τηλεοπτικό κοινό, μέσω της τηλεοπτικής διαφημιστικής

καμπάνιας που ήδη «τρέχει», ο γνωστός ηθοποιός. Με τον τρόπο αυτό κάθε κινητό τηλέφωνο μπορεί να αποκτήσει μια ανανεωμένη όψη με τα νέα μοντέρνα γραφικά, τα οποία και ανανεώνονται και εμπλουτίζονται συνεχώς στο δίκτυο.

Η διεύθυνση Marketing της εταιρίας (για την άμεση εξυπηρέτηση των εκατομμυρίων επιβατών, Ελλήνων και ξένων, που θα επισκέπτονται το εμπορικό κέντρο στο χώρο αναχωρήσεων κάθε χρόνο) στα πλαίσια της διαφημιστικής της προβολής, έκρινε, ως στρατηγικής σημασίας, την παρουσία του στο Διεθνές Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος. Στο νέο κατάστημα υψηλής τεχνολογίας με τη ιδιαίτερη αρχιτεκτονική μορφή και το πρωτοποριακό ηλεκτρονικό branding με τη χρήση οθονών πλάσματος, η Γερμανός "συνδέει τους επισκέπτες με την τεχνολογία", προσφέροντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και τη δυνατότητα επιλογών από μία μεγάλη ποικιλία φορητών ηλεκτρονικών συσκευών και προϊόντων κινητής και ασύρματης τηλεφωνίας όλων των κατασκευαστών. Έτσι, από τις αρχές του 2001, μαζί με την έναρξη λειτουργίας του αεροδρομίου, τέθηκε σε λειτουργία το πρότυπο κατάστημα του Δικτύου. Όχι μόνο ως ένα επιπλέον σημείο πώλησης, άλλα κυρίως ως ένας χώρος επίδειξης προϊόντων προηγμένης τεχνολογίας σε ένα πολυεθνικό καταναλωτικό κοινό, γνώστη των διεθνών αγορών.

Το Φεβρουάριο του 2001 η Unexpected υπόγραψε την έντυπη καμπάνια της εταιρίας Γερμανός που αφορά στο νέο ηλεκτρονικό κατάστημα [www.e-germanos.gr] Το κεντρικό μήνυμα της καμπάνιας είναι "Η διαφορά του e-shopping στο Γερμανό; Πιάστε να δείτε". Το site προσφέρει όλα τα πλεονεκτήματα για αγορές μέσω του διαδικτύου, μέσα από ένα πλήρως ενημερωμένο κατάλογο με τα προσφερόμενα προϊόντα. Παράλληλα, στην αρχική σελίδα του ελληνικού site υπάρχει η δυνατότητα άμεσης πρόσβασης και στην αγγλική. Ο λειτουργικός σχεδιασμός του site προσφέρει ευκολία στον οποιοδήποτε επισκέπτη, καθώς μέσα από ειδικά εικονίδια (λογότυπα) που προβάλλονται στην αρχική σελίδα υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης στα sites όλων των εταιρειών του Ομίλου. Ο χρήστης μπορεί να πληροφορηθεί αναφορικά με τις εταιρείες του Ομίλου, τους τομείς δραστηριοποίησής τους, την πορεία της μετοχής και τις νέες θέσεις εργασίας παίρνοντας έτσι μία ολοκληρωμένη εικόνα του εύρους του Ομίλου



Ακόμη μια νέα υπηρεσία διαφημίστηκε σε τηλεόραση και ραδιόφωνο από τον όμιλο Γερμανό σε συνεργασία με την McCann-Erickson για τους χρήστες Ίντερνετ, το «Internet Night Save». Προσφέρει δυνατότητα πρόσβασης τις νυχτερινές ώρες (21.00 - 9.00) σε συνεργασία με την Internet Hellas. Το νέο προϊόν αποτελεί μια 12μηνια σύνδεση στο Διαδίκτυο και παρέχει ταχύτητες σύνδεσης από 56kbps έως 128 kbps με 55% φθινότερη συνδρομή. Οι στρατηγικές συνεργασίας με επώνυμα Brand names στον χώρο της υψηλής τεχνολογίας και της πληροφορικής και οι συμφέρουσες προσφορές περιλαμβάνονται στο "οπλοστάσιο" του Ομίλου εταιριών Γερμανός για την αποτελεσματικότερη προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών του. Στην προσπάθεια του τέλος να διευρύνει τη χρήση των νέων τεχνολογιών στην υπηρεσία της τέχνης, δημιούργησε μια ηλεκτρονική «πηγή» πληροφόρησης και υποστήριξης των ποικίλων πολιτιστικών δραστηριοτήτων που παρέχει η ψηφιακή τεχνολογία σε διεθνές επίπεδο.



Ολυμπιακή Χορηγία



ΑΘΗΝΑ 2004



Ανταποκρινόμενες στο «μήνυμα» του 2004, η ΔΕΛΤΑ και η ΦΑΓΕ ξεπέρασαν τα συνήθη ανταγωνιστικά εμπόδια καθώς ενώθηκαν σε κοινή προσπάθεια διεκδίκησης της Μεγάλης Χορηγίας του 2004. Έτσι οι δύο εταιρείες συμφώνησαν ότι η ΔΕΛΤΑ θα λειτουργεί ως ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ για το γάλα και το παγωτό και η ΦΑΓΕ θα είναι ο ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ για το γιαούρτι, το τυρί και τις κρέμες. Η συμμετοχή της ΔΕΛΤΑ ως Μέγας Χορηγός στην Ολυμπιάδα του 2004 αποτελεί ευκαιρία προβολής μέσω της χρήσης του εμπορικού της σήματος. Από αυτή την αναπτυξιακή κίνηση αναμένεται να επέλθουν σημαντικά έσοδα στην ίδια αλλά και στον κύριο ανταγωνιστή της. Οι δυο εταιρίες δέχθηκαν με ιδιαίτερη ικανοποίηση την απόφαση της ΟΕΟΑ, για την ανάδειξή τους ως Μεγάλων Χορηγών στην Ολυμπιάδα «ΑΘΗΝΑ 2004». Τους δίνεται η δυνατότητα να συμβάλουν στην πραγματοποίηση του εθνικού οράματος, για την άρτια διοργάνωση στην Αθήνα της Ολυμπιάδας του 2004 και επιπλέον να επικοινωνήσουν προς όλους τους Έλληνες, αλλά και προς τους επισκέπτες της χώρας μας για τα φίλαθλα αισθήματά τους και το υψηλό επίπεδο της τεχνολογικής και οικονομικής προόδου, όπως εκφράζεται από τα υψηλής ποιότητας προϊόντα τους, που ήδη διακινούνται και θα καταναλώνονται μέχρι και το 2004, με τα σήματα των Ολυμπιακών Αγώνων.

Οι 28^{οι} θερινοί Ολυμπιακοί αγώνες, που θα διεξαχθούν τον Αύγουστο του 2004 στην Αθήνα, αποτελούν μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια σε επίπεδο διοργάνωσης, εικόνας και φήμης απέναντι στην παγκόσμια κοινότητα. Η Cosmote, αναγνωρίζοντας την ιδιαίτερη βαρύτητα που έχουν αυτοί οι Ολυμπιακοί αγώνες για την χώρα μας, τους στηρίζει ενεργά (ως μέλος της κοινοπραξίας ΟΤΕ- COSMOTE- ΟΤΕnet) με την ιδιότητα του Μεγάλου Εθνικού Χορηγού των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στον τομέα Τηλεπικοινωνίες. Η ανακήρυξη της COSMOTE σε Μεγάλο Εθνικό Χορηγό αποτελεί μια μεγάλη πρόκληση σε επιχειρηματικό επίπεδο. Μεταξύ άλλων η εταιρία αποκτά το δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης των σημάτων των Αγώνων για την κατηγορία Τηλεπικοινωνίες στην εταιρική ταυτότητα, στην επικοινωνία, στα προϊόντα και στις υπηρεσίες, καθώς και τα πολυεπίπεδα προγράμματα marketing και δημοσίων σχέσεων που εκτιμάται πως θα συμβάλουν στην ενίσχυση της εικόνας και της φήμης, καθώς και στην δημιουργία πρόσθετων έσοδων για την εταιρία.

13.4. Διαφημιστική Δαπάνη – Αποτελεσματικότητα – Βραβεία

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζετε η διαφημιστική δαπάνη ανά ΜΜΕ στις 10 κυριότερες κατηγορίες προϊόντων της Ελληνικής αγοράς για το 2001 σύμφωνα με στοιχεία της Media Services. Η κατηγορίες υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και προϊόντων γάλακτος καταλαμβάνουν την τέταρτη και όγδοη θέση αντίστοιχα, στοιχείο που αποδεικνύει την σημασία της διαφήμισης για τις αντίστοιχες εταιρίες των δυο κλάδων άλλα και το υψηλό κόστος προβολής που εμπεριέχουν οι διαφημιστικές καμπάνιες .

Λ/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ
		€ (000)	€ (000)	€ (000)	€ (000)	€ (000)
1.	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	66,006	9,566,069	22,565	9,356	9,663,997
2.	ΕΠΙΒΑΤΙΚΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ	54,415	21,474	19,015	2,190	97,095
3.	ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ	10,712	35,135	34,812	1,652	82,311
4.	ΚΙΝΗΤΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ	52,122	14,526	10,633	1,682	78,963
5.	ΔΗΜΟΣΙΟ	33,759	3,189	22,000	6,659	65,607
6.	ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ	41,374	15,153	1,356	894	58,777
7.	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	22,572	5,132	21,191	7,569	56,464
8.	ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	41,124	4,308	1,109	908	47,450
9.	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	5,102	15,091	17,297	3,602	41,093
10.	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ	14,116	24,731	794	89	39,730

πίνακας(21)

*Πηγή (28) Media Services



Τα βραβεία EFFIE αποτελούν μια από τις σημαντικότερες τιμητικές διακρίσεις στο χώρο της διαφήμισης, αφού «μετρούν» την επιτυχία μίας διαφημιστικής εκστρατείας με βάση τα αποτελέσματα της, δηλαδή την επίτευξη των στόχων του marketing και την αύξηση των πωλήσεων, μεριδίου αγοράς και κύκλου εργασιών. Στην Αμερική τα βραβεία Effie θεωρούνται από τους διαφημιζόμενους ως το υπαριθμόν ένα βραβείο. Στην Ελλάδα επίσημος εκπρόσωπος για τα βραβεία Effie Hellas είναι η Ένωση Εταιριών Διαφήμισης - Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ), ύστερα από υπογραφή ανάλογης σύμβασης με την Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ (AMA). Η διοργάνωση των Effie γίνεται από κοινού από την ΕΔΕΕ, το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ), το Σύλλογο Εταιριών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) και το Ελληνικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ (ΕΙΜ), κάθε δύο χρόνια (27).

Ωστόσο ο παράγων διαφήμιση ενισχύει ουσιαστικά την κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων με αποτέλεσμα σήμερα η ΔΕΛΤΑ να κυριαρχεί μεταξύ των πλέον προβεβλημένων. Σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις της αγοράς, η παρουσία του νέου προϊόντος της Δέλτα «mmilk» λειτούργησε θετικά υπέρ της εταιρείας η οποία σε μικρό σχετικά χρόνο κατόρθωσε να αποσπάσει σημαντικό μερίδιο περίπου 6% . Το ποσοστό αυτό βέβαια δεν προσδίδει την τελική εικόνα των μεριδίων της στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης με δεδομένο ότι οι εταιρείες μετρήσεων δεν έχουν ουσιαστική εικόνα στην κύρια αγορά, και μάλιστα στην επαρχία, όπου τους θερινούς μήνες υπάρχει μεγαλύτερη κινητικότητα και στους οποίους έκανε την εμφάνιση του το νέο προϊόν . Πρέπει να σημειωθεί ότι η ΔΕΛΤΑ εισήλθε στην αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης ακολουθώντας ύστερα από καιρό την πορεία των εταιρειών Friesland και ΦΑΓΕ στις οποίες άφησε το προβάδισμα για μεγάλο διάστημα. Στο πλαίσιο των Βραβείων EFFIE 2002 (που πραγματοποιήθηκε για δεύτερη φορά στη χώρα μας) βραβεύθηκαν οι αποτελεσματικότερες καμπάνιες της χρονιάς. Στην κατηγορία «Τρόφιμα & Γαλακτοκομικά προϊόντα» η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ κατάφερε να αποσπάσει σε συνεργασία με την διαφημιστική εταιρία Fortune BDDP

το 2^ο βραβείο για την διαφημιστική καμπάνια του προϊόντος ΔΕΛΤΑ ADVANCE γιαούρτι. Στα βραβεία EFFIE 2000 η ίδια εταιρία στην κατηγορία «Αλκοολούχα Ποτά/ Μη Αλκοολούχα Ποτά/ Ροφήματα/ Προϊόντα Καπνού» είχε αποσπάσει το 1^ο βραβείο για το προϊόν "Life με Καρότο" που είχε λανσάρει σε συνεργασία με την Spot Thompson (27).

Στις εταιρίες με την υψηλότερη διαφημιστική δαπάνη (σύμφωνα με στοιχεία της Media Services) συγκαταλέχθηκε η Vodafone (Greece), η οποία μόνο για τον Ιούλιο του 2002 δαπάνησε € 871.000 για την προβολή των νέων καταστημάτων της (22). Η εταιρία κατευθύνθηκε κυρίως μέσω της τηλεόρασης και των εφημερίδων και κατατάχθηκε στην 5^η θέση πίσω από την εποχιακή διαφήμιση του ινστιτούτου αισθητικής Bodyline, την διαφήμιση των τεχνικών και οικοδομικών επιχειρήσεων και των δύο υπό κρατικό έλεγχο οργανισμών (Αθήνα 2004 και Πολιτιστική Ολυμπιάδα του υπουργείου Πολιτισμού) που κατέλαβαν αντίστοιχα την πρώτη και την τρίτη θέση. Αναλυτές επισημαίνουν ότι η νέα εμπορική πολιτική της εταιρείας (διαφημιστική καμπάνια και δίκτυο καταστημάτων) αποδίδει. Τα καταστήματα Vodafone συνεισέφεραν το 57% των νέων πελατών συμβολαίου και καρτοκινητής.

Στους 20 πρώτους σε διαφημιστική δαπάνη (σύμφωνα με στοιχεία της Media Services) συγκαταλέχθηκε επίσης η Vodafone (Greece) τον Μάρτιο του 2002 (22). Η εταιρία δαπάνησε συνολικά 1,7 εκατ. ευρώ για την προβολή των υπηρεσιών της και κυρίως του νέου σήματός της που κατέλαβαν την 5η και την 2η θέση αντίστοιχα. Από τις δύο άλλες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας η Γερμανός δαπάνησε € 665.000 και κατέλαβε την 8η θέση στηρίζοντας και την Telestet ενώ η Cosmote την 15η θέση με την διαφημιστική καμπάνια των € 563.000 για την υπηρεσία "MYCOSMOS". Τις υπόλοιπες θέσεις στην κατάταξη των 20 πρώτων σε διαφημιστική δαπάνη κατέλαβαν κυρίως τα κέντρα αισθητικής και αδυνατίσματος, οι εταιρίες τυχερών παιχνιδιών και οι εταιρίες καυσίμων.

Στο πλαίσιο των Βραβείων EFFIE 2002 και στην κατηγορία «Τηλεπικοινωνίες/ Τεχνολογία» νικήτρια ήταν η διαφημιστική καμπάνια της Vodafone για το "CU", την οποία επιμελήθηκε η εταιρεία Bold Ogilvy. Η Vodafone (Greece) κέρδισε το μεγάλο βραβείο με την ονομασία Grand EFFIE 2002 επισφραγίζοντας έτσι την παρουσία της στο χώρο. Πρέπει να σημειωθεί ότι το μεγάλο βραβείο Grand Effie απονέμεται στη συμμετοχή που συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία σε όλες τις κατηγορίες. Στα βραβεία EFFIE 2002 συμμετείχε και η Cosmote με το λανσάρισμα του "What's Up" της κοινοπραξίας McCann – Ashley αλλά δεν κατάφερε να αποσπάσει κάποιο βραβείο (27).

Η ΓΕΡΜΑΝΟΣ και η Unexpected Advertising ήταν οι μεγάλοι κερδισμένοι των Βραβείων EFFIE HELLAS 2000. Οι δύο εταιρείες τιμήθηκαν με το GRAND EFFIE 2000, το μεγάλο βραβείο αποτελεσματικότητας στην επικοινωνία, για την διαφημιστική καμπάνια «Το κινητό θέλει το Γερμανό του» που δημιούργησε η Unexpected Advertising για το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ (27). Στην ίδια κατηγορία «Λιανεμπόριο, Διανομή, Καταστήματα» απέσπασαν και το δεύτερο βραβείο με την διαφημιστική καμπάνια «Και τα Αξεσουάρ Θέλουν το Γερμανό τους». Τέλος το πρώτο βραβείο για εταιρικό site απέσπασε το [www.germanosgroup.gr] στην απονομή των βραβείων του 11ου Φεστιβάλ Ελληνικής Διαφήμισης που επικεντρώνεται στην δημιουργικότητα .

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζεται η διαφημιστική δαπάνη των παραπάνω εταιριών ανά ΜΜΕ για τα έτη 1999-2000 σύμφωνα με στοιχεία της Media Services.

**ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.**

ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΣΗΜΑ	ΕΤΟΣ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
		χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. €
COMPLET ΔΕΛΤΑ γιαούρτι	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	72.316	737	0	0	73.053	214,3
VITALINE ΔΕΛΤΑ 0% γιαούρτι	1999	98.030	0	0	0	98.030	287,6
	2000	0	2.722	0	0	2.722	7,9
ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΜΟΥ ΚΙΔ γιαούρτι	1999	32.592	0	0	0	32.592	95,6
	2000	54.317	0	0	0	54.317	159,4
ΔΕΛΤΑ ΑΓΕΛΛΑΔΟΣ γιαούρτι	1999	371.433	104.583	7.314	31.441	514.772	1.510,7
	2000	162.728	0	0	0	162.728	477,5
VITALINE ΔΕΛΤΑ 2% γιαούρτι	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	178.416	2.325	0	0	180.740	530,4
COMPLET ΔΕΛΤΑ 2% γιαούρτι	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	10.699	0	0	0	10.699	31,3
ΔΕΛΤΑ φρέσκο παστεριωμένο γάλα	1999	466.371	46.437	133.494	83.253	729.555	2.141,0
	2000	290.524	23.814	20.319	0	334.656	982,1
ΔΕΛΤΑ ADVANCE γάλα για παιδιά	1999	219.012	44.086	0	0	263.099	772,1
	2000	285.628	83.689	0	0	369.318	1.083,8
VITALINE ΔΕΛΤΑ γιαούρτι φρούτων	1999	8.595	0	0	0	8.595	25,2
	2000	0	0	0	0	0	0
COMPLET ΔΕΛΤΑ γιαούρτι φρούτων	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	29.053	0	0	0	29.053	85,2
COMPLET ΔΕΛΤΑ γιαούρτι εποχής	1999	97.659	0	0	0	97.659	286,6
	2000	0	0	0	0	0	0
COMPLET ΔΕΛΤΑ γιαούρτι εποχής για παιδιά	1999	19.558	0	0	0	19.558	57,3
	2000	0	0	0	0	0	0
COMPLET ΔΕΛΤΑ γιαούρτι με σταφύλι	1999	55.579	0	0	0	55.579	163,1
	2000	0	0	0	0	0	0
ΔΕΛΤΑ ΑΓΕΛΛΑΔΟΣ γιαούρτι γεύση φρούτων	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	46.921	0	0	0	46.921	137,6
VITALINE ΔΕΛΤΑ 0% γιαούρτι φρούτα	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	59.520	0	0	0	59.520	174,6
DANONITO ΔΕΛΤΑ γιαούρτι	1999	0	0	0	0	0	0
	2000	159.293	61.236	0	0	220.529	647,1
MILCO γάλα με κακάο	1999	133.412	10.603	17.347	2.480	163.842	480,8
	2000	99.761	25.957	17.704	5.531	148.953	437,1
MILCO 0% σοκολατούχο γάλα	1999	0	0	0	3.591	3.591	10,5
	2000	0	0	0	0	0	0
Actimel ΔΕΛΤΑ συμπλ. διατροφής	1999	169.009	30.856	5.670	0	205.535	603,1
	2000	202.694	22.765	0	0	225.459	661,6

πίνακας (22)

*πηγή (9) Media Services

**ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ
PANAFON-VODAFONE Α.Ε.Ε.Τ.**

	ΕΤΟΣ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
		χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. Δρχ.	χιλ. €
PANAFON /Εταιρ. Εκδηλ.	1999	1.071.010	142.385	547.405	134.009	1.894.809	5.560,7
	2000	328.760	105.927	107.709	112.580	654.976	1.922,1
PANAFON /Υπηρεσίες	1999	32.496	21.138	179.773	0	233.407	684,9
	2000	469.166	72.939	505.198	13.012	1.060.315	3.111,7
PANAFON /Οικον.πακ.	1999	715.869	1.928	113.640	45.425	876.861	2.573,3
	2000	549.962	0	53.291	0	603.253	1.770,3
PANAFON /Providers	1999	594.790	91.837	482.484	28.331	1.197.441	3.514,1
	2000	320.921	130.353	179.830	82.093	713.198	2.093,0
PANAFON /Dealers	1999	1.011.748	34.757	103.424	34.467	1.184.396	3.475,8
	2000	243.868	100.274	34.992	0	379.143	1.112,6
PANAFON /καρτοκινητή	1999	1.445.639	46.154	239.164	43.781	1.774.738	5.208,3
	2000	842.021	67.779	75.577	31.082	1.016.460	2.983,0
PANAFON /Διαφορά	1999	197.581	0	4.258	0	201.839	592,3
	2000	263.078	0	67.235	0	330.313	969,3

πίνακας (23)

*πηγή (13) Media Services

**ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ
COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.**

	ΕΤΟΣ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
		χιλ. Δρχ	χιλ. Δρχ	χιλ. Δρχ	χιλ. Δρχ	χιλ. Δρχ	χιλ.€
COSMOTE/Εταιρ. Εκδηλ.	1999	535.253	60.272	153.219	126.797	875.540	2569.4
	2000	1.000.461	16.783	337.955	198.739	1.553.939	4560.3
COSMOTE /Υπηρεσίες	1999	0	998	63.107	11.220	75.325	221.0
	2000	242.798	20.469	206.116	21.199	490.582	1439.7
COSMOTE /Οικον.πακ.	1999	276.577	41.731	123.307	58.578	500.193	1467.9
	2000	0	2.722	0	0	2.722	7.9
COSMOTE /Providers	1999	488.792	39.883	377.685	9.867	916.227	2688.8
	2000	738.249	37.989	388.100	59.965	1.224.304	3592.9
COSMOTE /Dealers	1999	333.485	26.422	420.163	59.716	839.785	2464.5
	2000	674.232	31.185	348.929	85.732	1.140.078	3345.7
COSMOTE /καρτοκινητή	1999	869.855	73.880	149.339	61.782	1.154.856	3389.1
	2000	436.039	6.521	56.110	47.109	545.779	1601.6

πίνακας (24)

*πηγή(13) Media Services

**ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΨΗΛΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.**

	ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ		Διαφημιστική εταιρία
MAGNA/ΓΕΡΜΑΝΟΣ κάρτα	1999	98.100.550 Δρχ	287895,9 €	UNEXPECTED
ERICSSON/ΓΕΡΜΑΝΟΣ	1999	46.332.350 Δρχ	135971,6 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ NET/INTERNET	1999	3.628.800 Δρχ	10649,4 €	UNEXPECTED
E-GERMANOS GR ηλεκτρ. εμπ.	1999	119.821.684 Δρχ	351641,0 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ/COSMOTE	1999	1.117.721.454 Δρχ	3280180,3 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ/TELESTET	1999	1.616.571.289 Δρχ	4744156,3 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ/MULTIRAMA	1999	600.542.222 Δρχ	1762412,9 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ/NOVA	1999	84.889.564 Δρχ	249125,6 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ όμιλος επιχειρ	1999	9.026.640 Δρχ	26490,5 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ καταστήματα	1999	886.705.457 Δρχ	2602217,0 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ SERVICE	1999	24.040.800 Δρχ	70552,6 €	UNEXPECTED
ΓΕΡΜΑΝΟΣ αξεσ. κιν. τηλεφ	1999	6.407.100 Δρχ	18802,9 €	UNEXPECTED

πίνακας (25)

*πηγή(26) Media Service

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΚΡΙΤΙΚΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Κρίνοντας την επιχειρηματική δράση των παραπάνω τεσσάρων εταιριών μπορούμε εύκολα να αντιληφθούμε το μέγεθος, την αξία και την δυναμική τους, να συμπεράνουμε την στρατηγική της κάθε εταιρίας για την προώθηση των προϊόντων της και να προτείνουμε λύσεις που πιθανόν να επιλύουν τα όποια στρατηγικά προβλήματα αντιμετωπίζει η κάθε επιχείρηση.

Η ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. είναι μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της ελληνικής βιομηχανίας. Αυτό όμως δεν αρκεί. Όραμα της είναι να αποτελέσει μια σημαντική δύναμη και στην διεθνή αγορά τροφίμων. Το εγχείρημα αυτό δεν είναι εύκολο εφόσον ο κλάδος κυριαρχείται από μεγάλες πολυεθνικές με μικρότερο επιχειρηματικό ρίσκο και υπερούγχρονα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης. Αναμφισβήτητα η επιχείρηση έχει ακολουθήσει μια αρκετά ριψοκίνδυνη στρατηγική ανάπτυξης, τα Βαλκάνια, μια περιοχή που χαρακτηρίζεται από μεγάλο πολιτικό και οικονομικό ρίσκο. Επιπλέον στην αγορά της Ελλάδας επικρατούν έντονες συνθήκες ανταγωνισμού από μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου.

Για να επιβιώσει μια επιχείρηση σε ένα τέτοιο εξωτερικό περιβάλλον που οι καταναλωτικές τάσεις πιέζουν για φρέσκα, φυσικά και εγγυημένα ποιοτικά προϊόντα πρέπει να διαθέτει μια σημαντική ευελιξία και ένα σχέδιο συνδυασμένων στρατηγικών. Οι συνεχώς εναλλασσόμενες καταναλωτικές τάσεις και οι αντικρουόμενες συνθήκες ανταγωνισμού δε προσφέρονται για κλίμα επανάπαυσης αλλά αντίθετα η επαγρύπνηση και η εξεύρεση πρωτοποριακών ιδεών, καταφέρνουν να φέρουν μια εταιρία σε ένα καλό επίπεδο σε σχέση με τις ομοειδής της. Αυτό φαίνεται να επιχειρεί και η ΔΕΛΤΑ. Με διορατικότητα και διάθεση καινοτομίας με γνώση και εμπειρία πολλών χρόνων, επιδιώκει να ισχυροποιεί συνεχώς την θέση της στην ελληνική και ευρωπαϊκή αγορά.

Η μεγάλη γκάμα των εγγυημένων ποιοτικά προϊόντων που λανσάρεη η εταιρία μέσα από συνεχείς διαφημιστικές καμπάνιες ισχυροποιεί την θέση της στην ελληνική αγορά. Η Ολυμπιακή χορηγία μπορεί και συμβάλει αποφασιστικά στην επιτυχία των προγραμμάτων ανάπτυξης καθώς αποτελεί ένα μοναδικό, αποκλειστικό «εργαλείο» Μάρκετινγκ. Παράλληλα πρέπει και πραγματοποιούνται συντονισμένες ενέργειες για την εξάπλωση στη Β. Ελλάδα, την παρουσία σε τοπικές αγορές και την βελτίωση των δικτύων διανομής στο εξωτερικό. Στα πλαίσια αναδιάρθρωσης που βιώνει η Ελληνική οικονομία η μελέτη για την εισαγωγή των Βαλκανικών θυγατρικών της ΔΕΛΤΑ στο Ελληνικό χρηματιστήριο μπορεί να αποτελέσει σημαντική ευκαιρία για την περαιτέρω ανάπτυξή της. Οι συνεργασίες με ισχυρά brand names ενισχύουν το νέο πρόσωπο της ΔΕΛΤΑ που αποτελεί και το βασικό ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα σε σχέση με τις ομοειδείς εταιρίες του κλάδου.

Δημιουργείται, έτσι, ένας Όμιλος εταιριών στον ευρύτερο χώρο των τροφίμων, με κύκλο εργασιών που ξεπερνά τα 600 εκ. ευρώ (200 δισ. δρχ.) για το 2001, ο οποίος θα παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο όχι μόνο στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, όπου πλέον κατέχει ηγετική θέση με πάνω από 85.000 σημεία πώλησης, 17 μονάδες παραγωγής, πάνω από 5.500 εργαζόμενους, πληθώρα παραγόμενων προϊόντων με αναγνωρισμένα σήματα και μία πελατειακή βάση 50 εκ. κατοίκων, διεκδικώντας πλέον μερίδιο σε αγορές που ξεπερνούν τα 2 τρις. δρχ., αλλά και σε μία περισσότερο διευρυμένη περιοχή στην Ευρώπη.

Στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών και τον τομέα της κινητής τηλεφωνίας η Vodafone (Greece) αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και πολλά υποσχόμενες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Η επιχειρηματική δραστηριότητα του Ομίλου Vodafone (Greece) που εντάσσεται στα πλαίσια του παγκόσμιου τηλεπικοινωνιακού Ομίλου Vodafone Plc έχει ως στόχο την ενίσχυση της θέσης της και τον εμπλουτισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών προς την συνδρομητική της βάση ώστε να αποτελεί μια εταιρία παροχής ολοκληρωμένων επικοινωνιακών λύσεων και κινητών πολυμέσων σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις και τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Η ανάπτυξη και η εδραίωση της εταιρίας στην ελληνική αγορά με ένα εκτεταμένο δίκτυο 200 περίπου καταστημάτων είναι αποτέλεσμα της πελατοκεντρικής στρατηγικής που έχει υιοθετήσει και ενισχύει μέσα από τις επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες. Προσανατολισμένη η εταιρία στους ρυθμούς των νέων επικοινωνιακών αναγκών καταφέρνει να προσαρμόζει τις υπηρεσίες της και να προσεγγίζει μοντέλα διοίκησης που χαρακτηρίζονται από την ορθολογική εμπορική στρατηγική διατήρησης και προσέλκυσης πελατών προσπαθώντας να επιτύχει τον αρμονικό συνδυασμό των ατομικών με τους εταιρικούς στόχους. Με την συμμετοχή της στο μετοχικό κεφάλαιο των εμπορικών συνεργατών της καθετοποιούνται και διευρύνονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες της ενώ παράλληλα βελτιώνεται περαιτέρω η ποιότητα τους.

Η σταδιακή μετατροπή και των υπολοίπων ανεξάρτητων εμπορικών αντιπροσώπων της σε καταστήματα Vodafone με την μέθοδο του franchise (όπου αυτό είναι εφικτό) θα ισχυροποιούσε ακόμη περισσότερο την δομή του Ομίλου, στην προσπάθεια για την κατάκτηση ηγετικής θέσης στον κλάδο των λιανικών πωλήσεων κινητής τηλεφωνίας. Αυτό θα επιτρέψει την αποτελεσματικότερη εφαρμογή συστημάτων CRM με στόχο την ελαχιστοποίηση του αριθμού αποσυνδέσεων, την διατήρηση της υγιούς πελατειακής βάσης και την αύξηση του αεροχρόνου.

Η επέκταση σε διεθνείς αγορές που εύστοχα πραγματοποίησε η Vodafone (Greece) με την συμμετοχή της στην Vodafone Albania Sha πρέπει να συνεχισθούν και στην ευρύτερη αγορά των Βαλκανίων καθώς τα περιθώρια στην εγχώρια αγορά στενεύουν με την είσοδο και άλλων εταιριών. Βέβαια το εγχείρημα αυτό εγκυμονεί κινδύνους αν αναλογιστούμε την πολιτική ρευστότητα που χαρακτηρίζει την περιοχή.

Διέξοδο από την σχεδόν κορεσμένη από πλευράς συνδρομητών Ελληνική αγορά θα μπορούσε να αποτελέσει και η επιτυχημένη σύνδεση των καθημερινών αναγκών των πελατών με τις υπηρεσίες 3^{ης} γενιάς για τις οποίες έχουν επενδυθεί μεγάλα ποσά και στις οποίες φαίνεται να προσανατολίζετε η εταιρία τον τελευταίο καιρό ακολουθώντας τα παραδείγματα των ευρωπαϊκών χωρών.

Τέλος οι επικοινωνιακές δυνατότητες του διαδικτύου πρέπει να επανεξετασθούν, να προβληθούν και να αποτελέσουν πέρα από ένα σημαντικό τρόπο επικοινωνίας και μια σημαντική πηγή εσόδων μέσα από ένα ολοκληρωμένο σύστημα ηλεκτρονικού εμπορίου. Αν και κάτι τέτοιο έρχεται σε αντίθεση με την στρατηγική προσέλκυσης πελατών στα αποκλειστικά καταστήματα της εταιρίας, δυνατότητες όπως εξόφληση λογαριασμών, αγορά επιπλέον χρόνου ομιλίας και αγορά συσκευών κινητής τηλεφωνίας θα μπορούσαν να υπάρξουν.

Η Cosmote εστιάζει την προσοχή της στην κατασκευή και εξάπλωση του δικτύου της, στην επίτευξη επαρκούς εθνικής κάλυψης, στην εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρουσιάζονται στην αναπτυσσόμενη αγορά υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, καθώς και στην προώθηση των υπηρεσιών αυτών για την πληρέστερη εξυπηρέτηση των συνδρομητών. Για την επίτευξη του οράματός της η Cosmote διατηρεί την επιτυχημένη πελατοκεντρική στρατηγική που έχει αναπτύξει και προβαίνει στην αξιοποίηση κάθε συμφέρουσας ευκαιρίας στην δραστηριοποίηση στις νέες τεχνολογίες. Συνεχίζει την στρατηγική για επιλεκτικές επενδύσεις στο εξωτερικό και εκμεταλλεύεται τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται από την ανάληψη της χορηγίας των Ολυμπιακών Αγώνων «ΑΘΗΝΑ 2004».

Η εταιρία βασισμένη στην πελατοκεντρική της φιλοσοφία και στην απλή και κατανοητή τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζει, πρωτοπορεί αποκομίζοντας τα οφέλη που προκύπτουν από την συνεργασία της με έναν από τους μεγαλύτερους ελληνικούς επιχειρηματικούς Ομίλους τον ΟΤΕ. Μέσα από τα νέα ιδιόκτητα καταστήματα της και το πλήθος των εμπορικών αντιπροσώπων της, καταφέρνει να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο σε σύνολο αριθμό συνδρομητών στην Ελλάδα και να καλύπτει τις ανάγκες τους μέσα από το προηγμένο τηλεπικοινωνιακό δίκτυο και το ευρύ φάσμα υπηρεσιών που παρέχει. Δεν παραλείπει επίσης να προβάλλει τις υπηρεσίες της και να προσδίδει τον ελληνικό χαρακτήρα τους μέσα από συνεχής διαφημιστικές καμπάνιες.

Στην προσπάθεια της να ανταποκριθεί στις αυξανόμενες ανάγκες των πελατών της και να επιτύχει τους στόχους της, προσφέρει νέες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας αλλά αυξάνει και τη χρήση των υπαρχουσών. Με το σύνολο των δραστηριοτήτων της, η COSMOTE έχει επιτύχει υψηλή αναγνωρισιμότητα στη συνείδηση του Έλληνα χρήστη κινητής τηλεφωνίας, ως μια εταιρία τεχνολογικής πρωτοπορίας και υψηλών ρυθμών ανάπτυξης προσανατολισμένη στις ανάγκες των πελατών.

Παρά την μέχρι τώρα επιτυχημένη πορεία της στην Ελλάδα, ο εντεινόμενος ανταγωνισμός έχει οδηγήσει στην επέκτασή της σε αγορές του εξωτερικού (Αλβανία, Βουλγαρία, ΠΓΔΜ). Μπορεί το κόστος και οι κίνδυνοι από τη στρατηγική διεθνοποίησης να είναι μεγάλοι, αλλά τα οφέλη φαίνονται τελικά να είναι πολλαπλάσια του κόστους. Προς αυτή την κατεύθυνση θα πρέπει να πορευθεί η εταιρία αναλογιζόμενη τον κορεσμό που σχεδόν έχει επέλθει στην Ελληνική αγορά και στην οποία έχει πλέον προστεθεί και τέταρτος παίχτης.

Στην εγχώρια αγορά η παρουσία των νέων ιδιόκτητων καταστημάτων της έχει ήδη δημιουργήσει θετικές εντυπώσεις. Θα πρέπει η εταιρία να συντονίσει όλες εκείνες τις ενέργειες που θα οδηγήσουν στην ανάπτυξη αλυσίδων καταστημάτων αποκλειστικής προώθησης των προϊόντων της απολαμβάνοντας τα οφέλη που προαναφέραμε. Ο επαναπροσδιορισμός των σχέσεων μεταξύ της εταιρίας και των εμπορικών συνεργατών της και το ενδιαφέρον εξαγορών και συγχωνεύσεων πιθανόν να βοηθούσαν στην κατεύθυνση αυτή. Οι στρατηγικές επιτυχημένης σύνδεσης των καθημερινών αναγκών των πελατών με τις υπηρεσίες 3^{ης} γενιάς και το ολοκληρωμένο σύστημα ηλεκτρονικού εμπορίου που αναφέραμε παραπάνω πρέπει να εφαρμοστούν και στην περίπτωση της COSMOTE δεδομένης της σύγκλισης των τεχνολογιών και διαφοροποιούμενων αναγκών των πελατών.

Κατέχοντας την κορυφαία θέση στην ελληνική αγορά και έχοντας επεκτείνει στρατηγικά τις δραστηριότητές του σε χώρες της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης, ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ είναι σήμερα ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους ελληνικούς επιχειρηματικούς ομίλους. Με τον άνθρωπο στο επίκεντρο της φιλοσοφίας του, έχει εδραιωθεί στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού ως η πρώτη επιλογή για την κάλυψη αναγκών για προϊόντα και υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών και προηγμένης τεχνολογίας, ενώ αποτελεί το μεγαλύτερο ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων στην Ευρώπη. Αξιοποιώντας τις εμφανιζόμενες ευκαιρίες και προκειμένου να καταλάβει ανταγωνιστικότερη θέση στο διαρκώς μεταβαλλόμενο χώρο των τηλεπικοινωνιών που δραστηριοποιείται, επιδιώκει να διατηρήσει τον υψηλό ρυθμό ανάπτυξης που έχει επιτύχει τα τελευταία έτη.

Δέσμευση του Ομίλου απέναντι στους καταναλωτές είναι "η σύνδεση του ανθρώπου με την τεχνολογία" κάτι που χαρακτηρίζει ολόκληρο το φάσμα ενεργειών του Ομίλου, όπως και τη συνολική του στρατηγική ανάπτυξης. Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, διανύοντας 22 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας και διαθέτοντας 490 καταστήματα σε 6 χώρες (Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρος, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας), είναι σήμερα το μεγαλύτερο ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων προϊόντων και υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών στην Ευρώπη. Πεδίο δραστηριότητας του Δικτύου, είναι πλέον μία γεωγραφική περιοχή με πληθυσμό που ξεπερνά τα 100 εκατομμύρια κατοίκους.

Η προσπάθεια που καταβάλλει η διοίκηση πάνω στο θέμα της μείωσης του λειτουργικού κόστους (έξοδα διοίκησης και διάθεσης) είναι εμφανή. Η μείωση αυτή προήλθε κυρίως από την λειτουργία του νέου LOGISTIC CENTER στην περιοχή της Αυλώνας, το οποίο συνέβαλε στην πιο αποδοτική διαχείριση του αποθέματος, στο νέο σύστημα Πληροφορικής καθώς και στην πιο αποδοτική διοίκηση του ανθρωπίνου δυναμικού του Ομίλου.

Κρίνοντας την δραστηριοποίηση του στον τομέα Παραγωγής και Διακίνησης Προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας, ως υψίστης στρατηγικής σημασίας, ο Όμιλος εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ, διευρύνει τις προοπτικές ανάπτυξης και επέκτασης του. Σήμερα, με την ισχυρή παρουσία του σε εθνικό και διεθνές επίπεδο είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης, σε αυτό τον πολύ σημαντικό τομέα της βιομηχανίας. Απόδειξη αυτού είναι η υπογραφή παγκόσμιας συμφωνίας συνεργασίας του βιομηχανικού συγκροτήματος παραγωγής συσσωρευτών SUNLIGHT της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ με την μεγαλύτερη κατασκευαστική εταιρία συμβατικών υποβρυχίων στον κόσμο HDW/FS. Αξιοποιώντας το ανθρώπινο δυναμικό της, τον άρτιο εξοπλισμό, την τεχνογνωσία και τα μέσα που διαθέτει, έχει σαν Όραμα να καταστεί το Μεγαλύτερο Δίκτυο Καταστημάτων Τεχνολογίας στην Κεντρική και Νοτιοανατολική Ευρώπη, και να ενδυναμώσει περαιτέρω τη θέση του σε παγκόσμιο επίπεδο στο τομέα Παραγωγής και Διανομής προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας.

Η ενδυνάμωση των κεφαλαίων της εταιρίας σήμερα της δίνει την δυνατότητα να ανταποκριθεί την κατάλληλη στιγμή σε ελκυστικές προτάσεις που θα παρουσιαστούν και αφορούν συνεργασίες, εξαγορές και συγχωνεύσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Ο στόχος για την περαιτέρω επέκταση του δικτύου στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω εξαγορών υφιστάμενων δικτύων ή μέσω στρατηγικών συμμαχιών με μεγάλες εταιρίες που έχουν ήδη εδραιωθεί στις αγορές αυτές.

Η περαιτέρω ενδυνάμωση της θέσης της εταιρίας σε παγκόσμιο επίπεδο στον τομέα Διανομής προϊόντων Αυτόνομης Ενέργειας μπορεί να επιτευχθεί με κατάλληλη έρευνα για την δυνατότητα δημιουργίας σε στρατηγικής σημασίας γεωγραφικά σημεία επιπλέον βιομηχανικών μονάδων παραγωγής συσσωρευτών. Ας μην ξεχνάμε ότι η επιτυχημένη επέκταση της εταιρίας στις Βαλκανικές χώρες πραγματοποιήθηκε κυρίως λόγω της γεωγραφικής θέσης του εργοστασίου (Ξάνθη) όσο και της χρήσης ενός εκτεταμένου δικτύου στην ευρύτερη περιοχή.

Από τα παραπάνω όμως διαπιστώνουμε ότι οι στρατηγικές πωλήσεων και marketing δεν πρέπει να κινούνται με γνώμονα τα προϊόντα και τις γεωγραφικές περιοχές, αλλά τον πελάτη. Το πόσο επίπονη και δαπανηρή έχει γίνει πλέον η προσέλκυση πελατών φαίνεται και από την εξέλιξη της διαφημιστικής δαπάνης. Δεν είναι τυχαία η πελατοκεντρική στρατηγική την οποία έχουν υιοθετήσει οι εταιρίες και για την οποία έγινε λόγος. Οι εταιρίες που θέτουν τους καταναλωτές και τις ανάγκες τους σε δευτερεύουσα προτεραιότητα ενδέχεται να πάψουν να υφίστανται. Καθώς το Internet και η οικονομική ενοποίηση αίρουν τα διαχωριστικά σύνορα του επιχειρηματικού κόσμου κατά μήκος ολόκληρης της Ευρώπης, οι εταιρίες εκείνες που θα καθυστερήσουν να δραστηριοποιηθούν και να αντιληφθούν τις ανάγκες των πελατών τους, ενδέχεται να δουν τα κέρδη και τα μερίδια αγοράς τους να «κατρακυλούν».

Η οργάνωση, η λειτουργία, η στρατηγική και τα χρηματοοικονομικά των επιχειρήσεων είναι μερικά από τα προσφιλή θέματα των διαφόρων συνεδρίων, συζητήσεων τους. Συχνά όμως, διαφεύγει ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να λαμβάνουν υπόψη οι επιχειρήσεις στη χάραξη της στρατηγικής τους και στη λήψη των αποφάσεών τους. Πρόκειται για την ηθική και την κοινωνική ευθύνη που πρέπει να έχει η επιχείρηση. Η πολιτική αυτή περιλαμβάνει δραστηριότητες κοινωνικού, οικολογικού και πολιτιστικού περιεχομένου και επηρεάζει ουσιαστικά την εταιρική κουλτούρα. Η αξία της βρίσκεται στο ότι κανείς δεν μπορεί να την επιβάλει στην εταιρία, αλλά επιδοκιμάζεται από το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της, γιατί συνδυάζει την οικονομική ανάπτυξη με την κοινωνική πρόοδο και ευημερία.

Πολλοί θεωρούν ότι ο μάνατζερ έχει ευθύνες μόνο απέναντι στην εταιρία, στους μετόχους, στους προϊσταμένους του, στους πελάτες και στους προμηθευτές. Για να εξασφαλίσει, όμως, την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης και κυρίως την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη του, πρέπει να γνωρίζει και να τηρεί τις υποχρεώσεις που ασφαλώς έχει προς την κοινωνία, τη χώρα του, το ανθρώπινο δυναμικό και τον επαγγελματικό του κλάδο. Η προστασία του περιβάλλοντος και η αναβάθμιση της περιοχής όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση, όπως και η συμμετοχή του στις τοπικές δραστηριότητες, είναι βασικές υποχρεώσεις απέναντι στη χώρα και στη κοινωνία. Οι επιχειρηματικοί Όμιλοι που αναλύσαμε έχουν αντιληφθεί την ηθική και κοινωνική ευθύνη και τις υποχρεώσεις προς το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο ως αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής τους δράσης.

Πιστεύουμε ότι μία τέτοια πορεία δράσης γεμάτη με ηχηρά και έμπρακτα μηνύματα αισιοδοξίας και δυναμισμού, από τους τέσσερις μεγαλύτερους επιχειρηματικούς και παραγωγικούς ομίλους της χώρας, είναι απόδειξη της πραγματικής ζωντανίας της επιχειρηματικής δράσης και συντελεί στην υγιή ανάπτυξη της οικονομίας της Ευρωπαϊκής Ελλάδας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

1. Δρ.Ευαγ.Φ.Θεοδωράτου : Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Ι, Πάτρα 1994.
2. Δρ.Ευαγ.Φ.Θεοδωράτου : Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων ΙΙ, Πάτρα 2000.
3. Γ. Μελλάς : Στρατηγική της Ανάπτυξης.
4. <http://www.dmst.aueb.gr/Welcom.e.ppt>. Ειρήνη Βουδούρη : Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων. Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας ΟΠΑ. (Διάλεξη 2^η).
5. Κ. Τζωρτζάκης & Α. Τζωρτζάκη : Μάρκετινγκ - Μάνατζμεντ. (Η Ελληνική προσέγγιση).
6. <http://www.publicity-guide.gr/online/article.asp?section=2&articleid=117>
Μ. Βλαχοπούλου & Φ. Πατσιούρα: Η έννοια και λειτουργία της on-line διαφήμισης και η σχέση με την παραδοσιακή διαφήμιση.
7. Β.Μ. Παπαδάκης: Στρατηγική των επιχειρήσεων (Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία) Τόμος Β.
8. <http://www.acci.gr/anaptixi/0200/37-61.pdf>. Ε.Παπαδοσηφάκη - Γ.Βερμισσώ - Λ.Παπαδήμας - Α.Διανά- Δ.Μπράμος - Χ.Κολώνας - Σ.Μάρκου : Βιομηχανία Τροφίμων & Ποτών (Αφιέρωμα).
9. ICAP Νοέμβριος 2001. Γαλακτοκομικά Προϊόντα (Κλαδική Μελέτη).
10. Ετήσιο Ενημερωτικό Δελτίο 2000 ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.
11. Ετήσιο Ενημερωτικό Δελτίο 2001 ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.
12. <http://www.delta.gr> : εταιρικό site & <http://www.capitallink.com/gcompanies>.
13. ICAP Δεκέμβριος 2001. Σταθερή & Κινητή Τηλεφωνία (Κλαδική Μελέτη).
14. <http://www.tee.gr/online/epikaira/2000/2123/pg030.shtml>. Έρευνα τηλεπικοινωνιών (Ενημερωτικό Δελτίο ΤΕΕ-Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδος) Τεύχος 2123 - 23 Οκτωβρίου 2000.
15. http://www.eett.gr/gr_pages/index3.htm. Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ).
16. Ετήσιος Απολογισμός Μάρτιος 2001. ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ.
17. Ετήσιο Ενημερωτικό Δελτίο Μάρτιος 2002. Vodafone-Panafon.
18. <http://www.vodafone.gr> : εταιρικό site & <http://www.capitallink.com/gcompanies>.
19. Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2001 COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.
20. Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000 COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.
21. <http://www.cosmote.gr> : εταιρικό site.
22. <http://www.naftemporiki.gr> : site εφημερίδας ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
23. Απολογισμός & Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2001 ΓΕΡΜΑΝΟΣ Α.Β.Ε.Ε.
24. <http://www.germanos.gr>: εταιρικό site.
25. Γιώργος Χ. Ζώτος : Διαφήμιση (Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου).
26. <http://www.publicity-guide.gr/md/catalog.asp> : Οδηγός Δημοσιότητας & Επικοινωνίας / Μεγάλοι Διαφημιζόμενοι / Διαφημιζόμενα Προϊόντα.
27. <http://www.fffhellas.gr/main.htm> : Βραβεία EFFIE 2002.
28. http://www.edee.gr/stat_ad_ii.html : Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας.