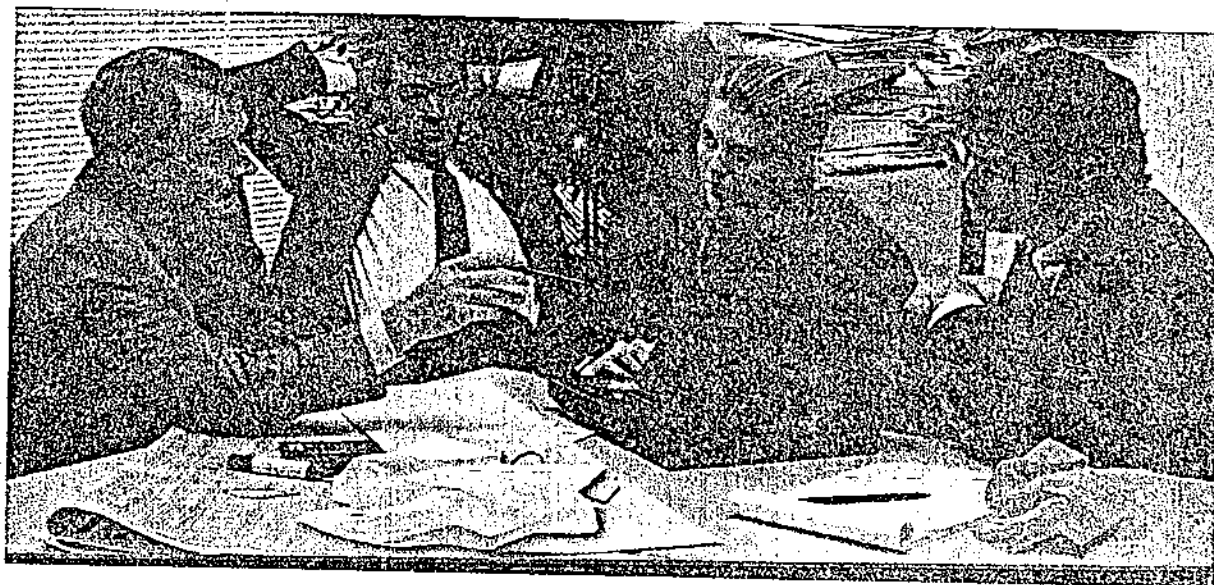




ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟΝ 21^ο ΑΙΩΝΑ.
ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΡΙΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:

Κ. ΚΑΖΑΝΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΣΤΑΜΑΤΗ ΔΡΟΣΙΝΑ

ΜΠΟΥΤΣΙΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ



ΠΑΤΡΑ, 2004

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6759
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελίδα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	i
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ii
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	5
Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	5
Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	6
ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	8
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ (MANAGEMENT)	9
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	9
Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	12
ΟΙ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	14
Α. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ	15
Β. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	15
Γ. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	16
Δ. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	17
<u>ΓΕΝΙΚΟ ΜΕΡΟΣ</u>	
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ</u>	
<i>Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ - ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ</i>	
1.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ	19
1.2. Η ΡΩΜΑΪΚΗ ΕΠΟΧΗ	20
1.3. ΟΙ ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΟΙ ΧΡΟΝΟΙ	22
1.4. ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΟΥ ΚΟΣΜΟΥ	24
1.5. Ο ΜΕΡΚΑΝΤΙΛΙΣΜΟΣ (ΕΜΠΟΡΟΚΡΑΤΙΑ)	27
1.6. Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΚΡΑΤΙΣΜΟΥ (ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΥ)	29
1.7. ΟΙ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ	33
1.8. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΜΟΡΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΖΩΗ	39

1.9. Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΑΦΘΟΝΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ
ΑΝΘΡΩΠΟΣ

42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΘΕΩΡΙΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1. Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ. ΕΝΝΟΙΑ

45

2.2. ΤΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

46

2.3. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

48

2.4. ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟΚΡΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

49

2.5. ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ (1930 - 1950)

51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

3.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

53

3.2. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

54

3.3. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΥΘΥΝΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

4.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΕΥΘΥΝΗΣ

59

4.2. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

63

4.3. Ο ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΥΘΥ-
ΝΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

5.1. Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΑΤΟΜΟΥ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟ-
ΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑ-
ΚΟ ΧΩΡΟ

73

5.2. Η ΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ Η ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

75

5.3. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΚΑΙ Ο ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

79

Σελίδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1. ΣΧΕΔΙΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	82
6.1.1. ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	82
6.1.2. ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΝΛΙΑΙΟΥ ΧΩΡΟΥ	83
6.1.3. Ο ΕΡΓΟΝΟΜΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	85
6.2. ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ	88
6.2.1. ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΔΙΑΘΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΡΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ	89
6.2.2. ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΡΟΣ ΧΕΙΡΙΣΤΕΣ ΤΕΡΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ	91
6.2.3. ΑΤΥΧΗΜΑΤΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	92
6.2.4. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	94
6.2.5. ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΑΠΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥΣ ΒΟΗΘΟΥΣ	96
6.2.6. ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	97
6.3. ΥΠΟΔΟΧΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	98

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

7.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	100
7.2. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ	101
7.2.1. ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ	101
7.2.2. ΜΙΝΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ	102
7.2.3. ΜΙΚΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ	102
7.2.4. ΦΟΡΗΤΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ	103

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΡΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΩΝ ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ - ΕΙΔΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

8.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	105
8.2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	106
8.2.1. ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ	106
8.2.2. ΕΠΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΟΥ	111
8.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΡΧΕΙΩΝ	112

8.3.1. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ	
8.3.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΡΧΕΙΩΝ	112
8.3.4. ΕΙΚΟΝΟΠΟΙΗΣΗ	113
8.3.5. ΜΙΚΡΟΓΡΑΦΙΑ	114
8.4. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ	115
8.4.1. ΥΛΙΚΑ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ	115
8.5. ΕΙΔΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	116
8.5.1. ΜΙΚΡΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	117
8.5.2. ΜΕΓΑΛΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	117
8.5.3. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ	119
	123
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	
	124

ΕΙΔΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΡΙΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1.1. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ «ΓΕΡΜΑΝΟΣ»	
1.1.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΜΙΛΟΥ	126
1.1.2. ΙΣΤΟΡΙΑ ΟΜΙΛΟΥ	126
1.1.3. ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ	127
1.1.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	128
1.1.5. Η ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ	128
1.1.6. ΣΤΟΧΟΙ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΟΡΑΜΑ	132
1.1.7. ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ	132
1.1.8. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ – ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	135
1.1.9. ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	135
1.1.10. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ	137
1.1.11. ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	148
1.1.12. ΥΠΟΔΟΜΕΣ	150
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	150
	156
1.2. ΑΧΑΪΑ CLAUSS	
ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ	159
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	165
	166

Σελίδα

1.3. ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.	169
1.3.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	169
1.3.2. ΕΠΩΝΥΜΙΑ, ΔΙΟΚΗΣΗ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	170
1.3.3. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	171
1.3.4. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	172
1.3.5. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	173
1.3.6. ΚΛΑΔΟΣ	175
1.3.7. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	175
1.3.8. ΕΙΚΟΝΑ (PROFILE) ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	175
1.3.9. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	177
1.3.10. ΑΓΟΡΑ – ΣΤΟΧΟΣ	179
1.3.11. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ	182
1.3.12. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	186
1.3.13. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ	192
1.3.14. ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	193
1.3.15. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	193
1.3.16. ΜΟΡΦΕΣ ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ	195
1.3.17. ΕΥΡΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ – ΙΕΡΑΡΧΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ	199
1.3.18. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	200
1.3.19. ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΟΙ ΣΤΟΙΧΟΙ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	201
1.3.20. ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ	203
1.3.21. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (INTERNET)	204
1.3.22. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	205
1.3.23. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΚΡΙΤΙΚΗ	205
1.3.24. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	206
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	207
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	210

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στην προσπάθειά μας για την εκπόνηση της εργασίας αυτής, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε για την πολύτιμη βοήθειά τους στις έρευνές μας και ομαδοποίηση της εργασίας μας καθώς και για τις πολύτιμες πληροφορίες που μας παρείχαν, πρωτίστως την κ. Καζάνη Αγγελική, Εισηγήτρια Καθηγήτρια του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών.

Επίσης ευχαριστούμε για τις πληροφορίες που μας έδωσαν: τον κ. Τριαντάφυλλο, Προϊστάμενο του Υποκαταστήματος Πατρών της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.», τον κ. Ζαρκαλή Ευάγγελο, υπεύθυνο Channel Market, Δημοσίων Σχέσεων και εταιρικών ανακοινώσεων της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ Computers A.E.B.E.», τον κ. Προκόπη Γεώργιο Διευθυντή του υποκαταστήματος «GERMANOS» στην Πάτρα και τον κ. Α. Τασσή υπεύθυνο στην Achaia Clauss.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ



Όταν μιλάμε για ανθρώπινες σχέσεις στην εργασία εννοούμε τις σχέσεις που διέπονται από τον σεβασμό προς την ατομική προσωπικότητα, την αξιοπρέπεια και την αξία των ανθρωπίνων όντων. Οι διοικήσεις των επιχειρήσεων παλαιότερα ενδιαφέρονταν για τον χειρισμό και την αποδοτική λειτουργία των μηχανημάτων, ενώ οι άνθρωποι ήταν έξω από τον κύκλο των ενδιαφερόντων των διοικήσεων.

Η εφαρμογή των ανθρωπίνων σχέσεων μέσα στον εργασιακό χώρο, θα βοηθήσει τους εργαζόμενους να αποκτήσουν τις αναγκαίες και κατάλληλες γνώσεις, για να μπορούν να αντιμετωπίζουν σωστότερα τα διάφορα θέματα ή και τα προβλήματα που παρουσιάζονται. Η εφαρμογή των ανθρωπίνων σχέσεων μέσα στον εργασιακό χώρο, καθορίζει μεθόδους και τεχνικές επαφών, επικοινωνίας, συνεννοήσεως, συνεργασίας των ανθρώπων, διοικούντων – προϊσταμένων – στελεχών και υφισταμένων για τη συνεκτική συνύπαρξή τους στην εργασιακή κοινότητα. Οι ανθρώπινες σχέσεις συμβάλλουν στη βελτίωση των όρων

εργασίας και των συνθηκών συνεργασίας του ανθρωπίνου στοιχείου μέσα στους εργασιακούς χώρους. Μεριμνούν για τη χαλάρωση της εντάσεως που επικρατεί πολλές φορές στις επιχειρήσεις, με αρκετές επιτυχίες, χωρίς όμως να έχει πραγματοποιηθεί το επιθυμητό επίπεδο γαλήνης και ψυχικής ειρήνης αλλά και εσωτερικής ικανοποίησης.

Το άτομο που εργάζεται μέσα σε μία επιχείρηση, θα πρέπει να ωθείται, να ελέγχεται, να καθοδηγείται και να απειλείται με τιμωρία, γιατί μόνο τότε θα καταβάλλει προσπάθεια, αφού έχει αποδειχθεί ότι κανονικά δείχνει απροθυμία για εργασία. Ο εξωτερικός έλεγχος και ο φόβος της τιμωρίας δεν είναι τα μόνο μέσα για να πραγματοποιηθούν οι στόχοι της τυπικής οργανώσεως, κατευθύνοντας προς τα εκεί τις προσπάθειες των εργαζομένων. Το εργαζόμενο άτομο μπορεί να ενεργήσει με αυτοέλεγχο, αυτοπειθαρχία και αυτοκατεύθυνση, για να συμβάλει με επιτυχία στην επίτευξη των στόχων που έχει συναινέσει ή αναλάβει την εκτέλεση.

Η αποδοχή ενός στόχου εξαρτάται από τις ανταμοιβές που προκύπτουν από την πραγματοποίηση του στόχου. Εάν δηλαδή το άτομο λαμβάνει επιθυμητές ανταμοιβές και ικανοποιούνται οι επιθυμητές ανάγκες, τότε θα αποδεχθεί τον στόχο και θα επιδιώξει την πραγματοποίησή του. Ο εργαζόμενος, κάτω από κατάλληλες συνθήκες, όχι μόνο δέχεται αλλά και επιζητεί υπευθυνότητα.

Οι σύγχρονοι άνθρωποι διαθέτουν, σε μεγάλο ποσοστό, σχετικά υψηλό βαθμό ευφυΐας, φαντασίας και δημιουργικότητας κατά την αντιμετώπιση επιχειρηματικών και συναφών προβλημάτων. Το δυναμικό όμως αυτό δεν χρησιμοποιείται στο σύνολό του, αλλά μόνο μέρος αυτού.

Η διοίκηση των επιχειρήσεων μπορεί να δώσει δυνατότητες στους εργαζόμενους να αναπτύξουν τέτοια θετικά χαρακτηριστικά της

προσωπικότητάς τους. Τα άτομα, γενικά, τείνουν προς την ωριμότητα, όσο αυξάνει η ηλικία τους, λίγα όμως μόνο κατορθώνουν να φθάσουν στην πλήρη ωριμότητα. Οι αποτελεσματικοί προϊστάμενοι θα πρέπει να προσέξουν την τεχνική της υποκινήσεως, προσφέροντας ευκαιρίες και ενδιαφέροντα καθήκοντα στους υφισταμένους τους, που πιθανόν να χρειασθούν εκπαίδευση για να μπορέσουν να επωφεληθούν από αυτές τις αλλαγές και να μεταβούν από την ανωριμότητα στην ωριμότητα.

Αν μία επιχείρηση δεν δίνει στο ανθρώπινο δυναμικό της τις ευκαιρίες για να ωριμάσουν και να αντιμετωπισθούν ως ώριμα άτομα, τότε δημιουργούνται στους εργαζόμενους άγχη και ανησυχίες. Τότε υπάρχει πιθανότητα να αρχίσουν οι εργαζόμενοι να ενεργούν με ασυνέπεια προς τους στόχους της οργανώσεως.

Στις σύγχρονες επιχειρήσεις η διοίκηση εμπιστεύεται απόλυτα τους εργαζομένους όλων των κλιμακίων, σε όλα τα ζητήματα. Η διοίκηση και τα ανώτατα στελέχη παίρνουν πάντα τις ιδέες και τις γνώμες των εργαζομένων, των υπολοίπων κλιμακίων και τις χρησιμοποιούν εποικοδομητικά. Αναγνωρίζεται σε όλα τα επίπεδα ιεραρχίας το δικαίωμα λήψεως αποφάσεων και ανταμείβεται οικονομικά η ομαδική συμμετοχή και απασχόληση σε πεδία, όπως ο καθορισμός στόχων και η αξιολόγηση της προόδου για την επίτευξη των στόχων. Η επικοινωνία δεν περιορίζεται, αλλά επεκτείνεται και μεταξύ των συναδέλφων. Τα ανώτατα στελέχη διαθέτουν πολύ χρόνο για να επικοινωνούν με τους κατωτέρους τους ή και τους συναδέλφους του ομοίου επιπέδου. Οι εργαζόμενοι υποκινούνται για εργασία με διάφορες ανταμοιβές, οικονομικές και μη, καθορίζονται στόχοι και βελτιώνονται οι διαδικασίες. Με κάθε τρόπο λειτουργούν ως μια ομάδα οι προϊστάμενοι με τους υφισταμένους τους.

Εργατικές ή συνδικαλιστικές σχέσεις, ονομάζονται η αμοιβαία

αναγνώριση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων εργοδοτών και εργαζομένων και ο κατάλληλος χειρισμός τους εκ μέρους των εκπροσώπων των συνδικαλιστικών τους οργανώσεων και του κράτους, με σκοπό την ανάπτυξη αρμονικών ανθρωπίνων σχέσεων, κυρίως με την εξουδετέρωση ή τη μείωση του αριθμού και της σοβαρότητας των επαγγελματικών διαμαχών. Οι εργατικές σχέσεις, αναφέρονται σε θέματα που αφορούν συλλογικά τους εργαζόμενους, όπως η εξασφάλιση και αμοιβή της εργασίας, οι συνθήκες της εργασίας, η εκπαίδευση και διάφορες κοινωνικές παροχές. Επίσης βοηθούν κυρίως για να εξομαλυνθούν κοινωνικά ζητήματα, σχετικά με το προσωπικό των επιχειρήσεων, όταν παρουσιάζονται μεταξύ εργοδοσίας και εργαζομένων. Στις σχέσεις αυτές κυριαρχεί η αναγνώριση των εργαζομένων ως ανθρωπίνων όντων και των δικαιωμάτων, που έχουν για να ζουν άνετα.

Η εφαρμογή των Ανθρωπίνων Σχέσεων απαιτεί την αμοιβαιότητα. Η αρνητική στάση προς τον άνθρωπο είναι σχεδόν βέβαιο, ότι θα προξενήσει πολλαπλασιαστικά, αρνητικά φαινόμενα μέσα στον εργασιακό χώρο, αλλά και στο οικογενειακό περιβάλλον και γενικότερα στο κοινωνικό σύνολο. Ο εργαζόμενος που τον κακομεταχειρίζεται ο προϊστάμενός του πιθανότατα θα ξεσπάσει στους συναδέλφους του, θα κακομεταχειριστεί με τη σειρά τους, τους νεωτέρους συναδέλφους, θα είναι απότομος στα μέλη της οικογένειάς του κ.λπ. Αντίθετα, οι εργαζόμενοι, που αισθάνονται ότι τους μεταχειρίζονται ως ανθρώπινα πλάσματα, ότι δείχνουν κατανόηση για τις ανάγκες και τα προβλήματά τους, εργάζονται καλύτερα και αποδίδουν περισσότερο. Η ψυχολογική ατμόσφαιρα των χώρων εργασίας, αποτελεί μια πραγματικότητα εξίσου σημαντική, όπως και η φυσική ατμόσφαιρα, η οποία όταν είναι καλή, προδιαθέτει ευνοϊκά τον άνθρωπο.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι επιχειρήσεις έχουν ως αποστολή να εκπληρώνουν ορισμένα παραγωγικά έργα μέσα στα πλαίσια της αγοράς. Η πραγματοποίηση του σκοπού και της αποστολής αυτής απαιτεί να γίνουν όλα τα επιμέρους έργα και εργασίες της κάθε μιας επιχείρησης. Έχει μεγάλη σημασία ότι οι σκοποί αυτοί πραγματοποιούνται με τη ροή και την ολοκλήρωση διαφόρων λειτουργιών και ενεργειών που έθεσε η οργάνωση της επιχείρησης.

Η συγκρότηση των λειτουργιών γίνεται με βάση την σκοπιμότητα των ενεργειών, ώστε με λογικές πράξεις να πραγματοποιηθούν οι σκοποί μέσω του σωστού συνδυασμού των παραγωγικών συντελεστών. Οι πράξεις των εργαζομένων και η λειτουργία των μηχανημάτων κ.λπ. να κατευθύνονται σωστά προς την πραγματοποίηση των σκοπών της επιχείρησης.

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Οι επιχειρήσεις προκειμένου να εκπληρώσουν τους σκοπούς τους έχουν ανάγκη από την οργάνωση. Ως Οργάνωση χαρακτηρίζεται τόσο η δραστηριότητα όσο και το αποτέλεσμα των σχετικών προσπαθειών με την μορφή νέων καταστάσεων και θεσμών. Έχει υποστηριχθεί, ότι η οργάνωσης είναι η δραστηριότητα να οργανώσει κανείς, και ένα σύστημα ισχυρότων οργανωτικών μέτρων. Πολλοί θεωρητικοί με τον όρο «Οργάνωση» εννοούν τον λογικό συντονισμό με ρυθμιστική

δραστηριότητα με συνδυασμό ανθρώπων προς πράγματα, ανθρώπων προς ανθρώπους, και πραγμάτων προς πράγματα για την πραγματοποίηση ορισμένων σκοπών.

Οργάνωση σύμφωνα με άλλη άποψη είναι ο προγραμματισμένος συνδυασμός κατάλληλων ανθρώπων και πραγμάτων για την από κοινού αντιμετώπιση ενός προβλήματος ή ενός σκοπού. Είναι η σωστή διάρθρωση, βάση συγκεκριμένου συστατικού σχεδίου, όλων των επί μέρους στοιχείων της επιχειρήσεως για την αποτελεσματική δραστηριότητά τους και την πραγματοποίηση των στόχων της.

Με την Οργάνωση καθορίζονται ρόλοι και οι σωστοί άνθρωποι γνωρίζουν το ρόλο που θα αναλάβουν και θα πραγματοποιήσουν, ώστε με την συνεργασία όλων (ανθρώπων, πραγμάτων, ιδεών) να πραγματοποιηθούν με επιτυχία οι στόχοι της επιχείρησης. Έχει αποδειχθεί – υποστηριχθεί ότι η διοικητική λειτουργία της οργανώσεως είναι βασικά ο σχεδιασμός και η διατήρηση αυτών των ρόλων.

Στοιχεία της Οργάνωσης αποτελούν τα διάφορα υποσύνολα της επιχειρήσεως τα οποία διαρθρώνονται με τους προαναφερθέντες σωστούς ρόλους και αποτελούν συγκροτημένο και οργανωμένο σύνολο. Στην επιχείρηση όπως είναι γνωστό, υπάρχουν όλοι οι συντελεστές της παραγωγής, οι οποίοι με τις οδηγίες της Οργανώσεως πραγματοποιούν την αποτελεσματικότητα, την παραγωγικότητα και την αποδοτικότητα της επιχειρήσεως.

Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η Οργάνωση των επιχειρήσεων δίνει πολλές φορές δυνατότητες στις διοικήσεις και στα στελέχη τους, ώστε να λειτουργούν αποδοτικά, σωστά και αποτελεσματικά. Δίνει τη δυνατότητα να στελεχώνεται η

επιχείρηση με ανθρώπους, που είναι οι κατάλληλοι και οι αναγκαίοι αλλά και οι οποίοι διαθέτουν και τις ικανότητες, που είναι χρήσιμες. Τα στελέχη είναι έμπειρα και ειδικευμένα στην οργανωτική ανάλυση, παράλληλα δε αντιλαμβάνονται τα τυπικά στάδια της οργανωτικής αναπτύξεως και εξελίξεως. Αρκετοί εργαζόμενοι έχουν ικανότητες περισσότερες από την ειδίκευση, υπό την στενή έννοια και είναι σχετικά προσαρμόσιμοι στις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας. Παρέχει επίσης η Οργάνωση των Επιχειρήσεων την δυνατότητα στους εργαζόμενους να έχουν ρεαλιστικές απαιτήσεις από την επιχείρηση. Συγχρόνως, και η επιχείρηση γνωρίζει τι είναι σε θέσει να λάβει από τους εργαζόμενους, σε προβλεπόμενο χρονικό διάστημα.

Η καλή Οργάνωση δημιουργεί υψηλό κλίμα εμπιστοσύνης μεταξύ εργαζομένων και διοικήσεως της επιχείρησης. Υπάρχει καλή και ελεύθερη ροή πληροφοριών, με μικρή ή καθόλου παραποίηση κατά τη διαδρομή τους.—Οι άνθρωποι σε όλα τα επίπεδα ιεραρχίας είναι υπεύθυνοι, επιθυμούν να ακούσουν άλλους και να δεχθούν την συμβουλή για το καλύτερο.

Η καλή Οργάνωση δημιουργεί υψηλό κλίμα εμπιστοσύνης αλλά και η δομή που υπάρχει στην επιχείρηση εμπεριέχει αρκετούς μηχανισμούς βελτιώσεως της παρούσης καταστάσεως χωρίς πολλές περιττές διαδικασίες.

Τα συστήματα μετρήσεως είναι αντικειμενικά. Συγκεντρώνουν στοιχεία για την απόδοση, τις ενέργειές τους, το περιβάλλον της επιχείρησης και τα δίνουν σε όποιον τον αφορούν. Γνωστοποιούν επίσης τις μεταβολές σε οποιονδήποτε από αυτούς. Τα συστήματα αμοιβών επίσης ενθαρρύνουν τους εργαζόμενους να βοηθούν στην εκπλήρωση των σκοπών της επιχείρησης και να συμβάλλουν στην υιοθέτηση αναγκαίων αλλαγών.

Η Οργάνωση των Επιχειρήσεων δίνει την δυνατότητα να μεταβληθεί η παραγωγική διαδικασία και αντί να παράγεται ένα προϊόν, να υιοθετείται παραγωγική γραμμή πολλών προϊόντων, και να δημιουργούνται πολλά και αποδοτικά δίκτυα αγορών. Δίνει ακόμα την δυνατότητα έρευνας και ανάπτυξης με προκαθορισμένους ρυθμούς ανάπτυξης και με ουσιαστικές βελτιώσεις των προϊόντων της. Εφαρμόζει σωστά την εξουσιοδότηση, όπου και όσο χαμηλά είναι ανάγκη. Συγχρόνως ασκείται ακατάλληλος έλεγχος από εργαζόμενους, σε προκαθορισμένα στάδια.

ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Η σημασία της Οργάνωσης είναι πολύ μεγάλη για την επιχείρηση. Από πολύ παλιά είχε γίνει δεκτό ότι η Οργάνωση είναι το βασικό καθήκον της Διοίκησης. Με την σωστή Οργάνωση, παρουσιάζονται τα ακόλουθα αποτελέσματα:

- ⇒ Ενεργοποιείται αποτελεσματικά το ανθρώπινο δυναμικό της αφού καθορίζονται οι στόχοι και οι ρόλοι (τα καθήκοντά τους). Με την Οργάνωση υλοποιούνται οι βασικές απαιτήσεις, δηλαδή ο κατάλληλος άνθρωπος στην κατάλληλη θέση και η κατάλληλη θέση για τον κατάλληλο άνθρωπο.
- ⇒ Καθορίζονται οι διαδικασίες πραγματοποίησης των εργασιών και μειώνονται οι ασάφειες που προξενούν προβληματισμούς ή ακόμη και άγχος στους εργαζόμενους.
- ⇒ Καθορίζονται επίσης οι αρμόδιοι, οι οποίοι θα δίνουν οδηγίες και θα αξιολογούν εγκαίρως αλλά σωστά τις ενέργειες των υφισταμένων τους ώστε να αποφεύγονται τα λάθη τους.
- ⇒ Ακόμη καθορίζονται οι αρμοδιότητες, οι βαθμοί εξουσίας και

ευθύνης των προϊσταμένων για την αποφυγή παρεξηγήσεως και την βελτίωση του αναγκαίου κλίματος συνεργασίας.

- ⇒ Με την σωστή Οργάνωση είναι δυνατόν να πραγματοποιείται εξοικονόμηση χρόνου και υλικών με πιθανότητα βελτίωσης του κόστους ή και της τιμής των προϊόντων (ή των υπηρεσιών) της επιχείρησης.
- ⇒ Είναι δυνατή η πραγματοποίηση της τυποποίησης προϊόντων ή υπηρεσιών και εφαρμογή της Διοικήσεως ολικής ποιότητας (Total Quality Management – TZM) που είναι απαραίτητη για την επιβίωση της επιχείρησης.
- ⇒ Με την σωστή Οργάνωση με συνδυασμό και με τον προγραμματισμό καταρτίζονται εγκαίρως οι σωστοί προϋπολογισμοί χρηματικών μέσων και υλών (πρώτων βοηθητικών και άλλων) με θετικό αποτέλεσμα και να μην σταματά η παραγωγή χωρίς λόγο.
- ⇒ Η σωστή Οργάνωση βοηθά στην καλύτερη και έγκαιρη διακίνηση των προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχειρήσεως και στην κατ' επέκταση καλή φήμη τους.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ (MANAGEMENT)

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το Μάρκετινγκ σήμερα είναι μια δημοφιλής λέξη. Δύσκολα θα βρει κανείς δημοσιεύσεις σχετικές με τις επιχειρήσεις, που να μην αναφέρονται στο Μάρκετινγκ. Τι είναι, όμως, ακριβώς το Μάρκετινγκ; Για πολλούς είναι η διαδικασία της πώλησης, για άλλους είναι

διαφήμιση και προώθηση. Ορισμένοι άλλοι ορίζουν το Μάρκετινγκ ως έρευνα της αγοράς για τον εντοπισμό των αναγκών των καταναλωτών.

Όλα αυτά, αλλά και κάτι περισσότερο, είναι Μάρκετινγκ.

Κατά την ανάλυση των παραπάνω εννοιών παρατηρεί κανείς ότι, ενώ το Μάρκετινγκ δεν είναι η διαδικασία της πώλησης, εντούτοις, το αποκορύφωμα για ένα επιτυχημένο Μάρκετινγκ είναι μια κερδοφόρος πώληση.

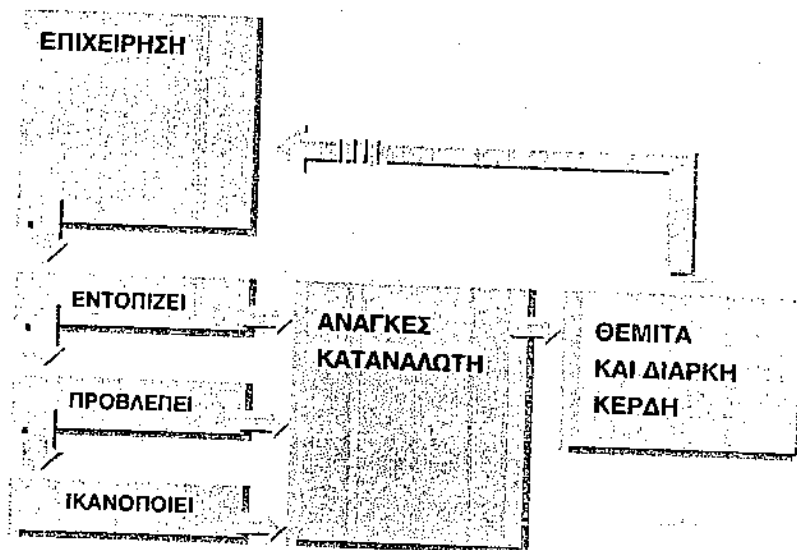
Η διαφήμιση, ως μέσο επικοινωνίας της επιχείρησης με τους πιθανούς καταναλωτές, από μόνη της δε λύνει το πρόβλημα για κερδοφόρες πωλήσεις. Γιατί, όσο περισσότερο διαφημίζεται ένα προϊόν ή υπηρεσία, που δεν είναι εκείνο το προϊόν ή η υπηρεσία που επιθυμεί ο καταναλωτής, τόσο πιο γρήγορα το προϊόν ή η υπηρεσία είναι καταδικασμένη να φύγει από την αγορά. Στην περίπτωση αυτή λειτουργεί αρνητικά και η από στόμα σε στόμα διαφήμιση. Η έρευνα της αγοράς, πάλι, είναι ένα εργαλείο στα χέρια των στελεχών Μάρκετινγκ για τη συλλογή πληροφοριών, όπου αυτές δεν μπορούν να συλλεγούν με άλλο ανέξοδο τρόπο. Εάν, όμως, αυτές οι πληροφορίες δεν αξιοποιηθούν κατάλληλα από το Μάρκετινγκ, ουδεμία σχεδόν αξία έχουν για την επιχείρηση.

Στην πραγματικότητα, το Μάρκετινγκ είναι έννοια ευρύτερη από οποιαδήποτε άλλη έννοια που αναφέρθηκε παραπάνω και δεν μπορεί να διατυπωθεί με μια και μόνο λέξη.

Το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ χρησιμοποιεί τον ακόλουθο ορισμό:

Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία της διοίκησης, με την οποία εντοπίζονται, προβλέπονται και ικανοποιούνται οι ανάγκες του καταναλωτή με κάποιο κέρδος για την επιχείρηση. (Βλέπε το Σχήμα που

ακολουθεί, Ορισμός Μάρκετινγκ).



*Η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ σύμφωνα με τον ορισμό
του Βρετανικού Ινστιτούτου Μάρκετινγκ*

Ένας άλλος απλός ορισμός του Μάρκετινγκ είναι αυτός που ορίζει το Μάρκετινγκ ως τη διαδικασία που συνδυάζει τα μέσα της επιχείρησης με τις ανάγκες του καταναλωτή. Με άλλα λόγια, το Μάρκετινγκ ασχολείται με την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή, με ταυτόχρονη επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, κατευθύνει τα μέσα της επιχείρησης και επιβεβαιώνει συνεχώς ότι ο καταναλωτής είναι ικανοποιημένος. Η ιδέα της ικανοποίησης του καταναλωτή είναι το βασικότερο σύμβολο πίστης του Μάρκετινγκ.

Επιχείρηση που οδηγείται από το Μάρκετινγκ είναι εκείνη, η οποία τοποθετεί τον καταναλωτή στο επίκεντρο της όλης επιχειρηματικής δραστηριότητάς της και θέτει ως αποστολή της να έχει

πάντα ικανοποιημένους πελάτες. Γιατί, όπως σωστά αναφέρει ο Ph. Kotler:

«Οι πωλήσεις της επιχείρησης για κάθε περίοδο προέρχονται από δύο ομάδες: τους καινούριους πελάτες και τους παλιούς πελάτες. Κοστίζει πάντα περισσότερο η προσέλκυση καινούριων πελατών, παρά η διατήρηση των παλιών πελατών.

Συνεπώς, η διατήρηση των πελατών έχει πιο μεγάλη σημασία από την προσέλκυση νέων πελατών. Το μυστικό για τη διατήρηση των πελατών είναι να μένουν ικανοποιημένοι. Ο ικανοποιημένος πελάτης:

- 1. Αγοράζει ξανά.*
- 2. Λέει καλά λόγια στους άλλους για το προϊόν.*
- 3. Δίνει λιγότερη σημασία στις ανταγωνιστικές μάρκες και τη διαφήμιση.*
- 4. Αγοράζει και άλλα προϊόντα από την ίδια επιχείρηση».*

Ανακεφαλαιώνοντας, θα μπορούσαμε να πούμε απερίφραστα ότι η επιτυχία μιας επιχείρησης εξαρτάται από το βαθμό ικανοποίησης μιας συγκεκριμένης ανάγκης των καταναλωτών και ότι για την εξασφάλιση της ικανοποίησης αυτής, η επιχείρηση πρέπει να συμβουλευεται συνεχώς το περιβάλλον της και να προσαρμόζεται σε αυτό. Αυτό είναι με λίγα λόγια το Μάρκετινγκ.

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ φαίνεται, πως είναι μια σωστή μέθοδος για τη διαχείριση μιας επιχείρησης. Παρ' όλα αυτά, πολλοί

επιχειρηματίες πιστεύουν ακόμη ότι η ικανοποίηση του καταναλωτή δεν είναι, οπωσδήποτε, ο καλύτερος τρόπος πραγματοποίησης πωλήσεων και κερδών.

Η περίοδος προσανατολισμού των επιχειρήσεων των αναπτυγμένων χωρών στο Μάρκετινγκ άρχισε από το 1960. Πριν όμως από αυτήν την περίοδο, είχαν προηγηθεί οι περίοδοι του προσανατολισμού των επιχειρήσεων στην παραγωγή και στις πωλήσεις. Εν τούτοις, ακόμη και σήμερα δεν έχει γίνει αποδεκτή η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ από το σύνολο των επιχειρήσεων των αναπτυγμένων χωρών. Επομένως, δεν πρέπει να θεωρείται απογοητευτική η κατάσταση που παρουσιάζουν πολλές ελληνικές επιχειρήσεις από την άποψη αποδοχής της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ. Βέβαια, σήμερα γίνεται λόγος για επιχειρήσεις που είναι τελείως προσανατολισμένες στο Μάρκετινγκ, για επιχειρήσεις που οδηγούνται από το Μάρκετινγκ, για Μάρκετινγκ Ολικής Ποιότητας, για τη μεταμόρφωση του Μάρκετινγκ μέσα στην επιχείρηση. Όλες αυτές οι ιδέες οδηγούν στο τέλειο. Όμως τίποτε δεν μπορεί να είναι τέλειο σ' αυτόν τον κόσμο.

Όπως πολύ σωστά είχε σημειώσει ο Ζωρζ Μπομπιντού «όλοι και όλα, τέλεια και ατελή, χρειάζονται για να φτιάξουμε τη σημερινή, δική μας κοινωνία».

Η ιστορική εξέλιξη και οι τέσσερις εξελικτικές φάσεις του προσανατολισμού των επιχειρήσεων παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.1 και αναπτύσσονται παρακάτω.

Η ιστορική εξέλιξη και οι τέσσερις εξελικτικές φάσεις του προσανατολισμού των επιχειρήσεων παρουσιάζονται στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΟΙ ΠΕΡΙΟΔΟΙ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

	1η ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2η ΠΕΡΙΟΔΟΣ	3η ΠΕΡΙΟΔΟΣ	4η ΠΕΡΙΟΔΟΣ
	ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΤΥΠΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	Χαμηλότερο κόστος	Η αύξηση του όγκου των πωλήσεων	Η δημιουργία ενός επικερδούς μεριδίου της αγοράς	Προγραμματισμός για μακροχρόνια ανάπτυξη
ΒΑΣΙΚΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	Πρωτόλογισμοί (εισπράξεις-πληρωμές)	Πρόβλεψη Πωλήσεων (Αποτέλεσμα σε σχέση με το πρόγραμμα)	Προγραμματισμός για τη δραστηριότητα του Μάρκετινγκ	Στρατηγικά προγράμματα Μάρκετινγκ που περιλαμβάνουν ολοκληρωτή την επιχείρηση
ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΔΕΞΙΟΤΗΤΑ	Τεχνολογία (Μεθοδολογία)	Πωλήσεις	Η ανάλυση των γεγονότων	Ανάλυση Προγραμμάτων και συντονισμός των διευθύνσεων της επιχείρησης
ΕΜΦΑΣΗ	Εσωτερική Αποτελεσματικότητα	• Διανομή • Δίκτυα (βραχυχρόνια αποτελέσματα πωλήσεων)	Στους καταναλωτές και το μερίδιο της αγοράς	Στους καταναλωτές και τα μακροχρόνια αποτελέσματα
ΜΕΣΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	Μείωση του κόστους	Μείωση τιμών και Δυναμική Πώληση	• Διεξαγωγή ερευνών σε επίπεδο καταναλωτή. • Προγράμματα, Δοκιμές, Βελτιώσεις κ.ά.	Εντοπισμός ειδικών τημάτων της αγοράς και σωστή εξυπηρέτησή τους
ΤΙ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ	«Αυτό που χρειάζεται η επιχείρηση είναι: Μείωση του κόστους παραγωγής και βελτίωση των μεθόδων παραγωγής των προϊόντων»	«Που μπορώ να πουλήσω αυτό που κατασκευάζω?»	«Τι επιθυμεί να αγοράσει ο καταναλωτής, που μπορεί με κέρδος να κατασκευάσει η επιχείρησή μας.»	«Όλες οι Διευθύνσεις της επιχείρησης πρέπει να είναι προσανατολισμένες προς τον καταναλωτή»

A. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Οι επιχειρήσεις που ήταν προσανατολισμένες στην παραγωγή, έδιναν μεγάλη σημασία στην παραγωγή των προϊόντων. Σύμφωνα με αυτήν τη φιλοσοφία, οι επιχειρήσεις πίστευαν ότι:

- ⇒ Κάθε τι που μπορούσε να παραχθεί, μπορούσε και να πωληθεί.
- ⇒ Η βασικότερη δραστηριότητα της διοίκησης της επιχείρησης έπρεπε να είναι η διατήρηση του κόστους παραγωγής σε χαμηλά επίπεδα.
- ⇒ Η επιχείρηση έπρεπε να παράγει μόνο ορισμένα βασικά προϊόντα.

Για τις επιχειρήσεις αυτές η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος στην αγορά βασιζόταν στη φιλοσοφία της παραγωγής και όχι στη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ.

Αυτό που πίστευαν οι επιχειρηματίες εκείνης της εποχής ήταν ότι: αυτό που χρειάζεται η επιχείρησή μας είναι η μείωση του κόστους παραγωγής και η βελτίωση των μεθόδων παραγωγής του προϊόντος.

B. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Κατά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οι επιχειρήσεις, κυρίως στις Η.Π.Α., βρέθηκαν με τεράστια αποθέματα και περίσσια παραγωγική δυναμικότητα, χωρίς να υπάρχει η αντίστοιχη (απαιτούμενη) ζήτηση για τα προϊόντα τους.

Ιστορικά την περίοδο εκείνη οι οικονομολόγοι των Η.Π.Α. εισηγήθηκαν στην τότε κυβέρνηση το περίφημο σχέδιο Μάρσαλ. Το σχέδιο αυτό είχε δύο σκέλη:

- Την αναστήλωση της κατεστραμμένης τότε από τον πόλεμο Ευρώπης και
- Την ενεργοποίηση της τεράστιας ευρωπαϊκής αγοράς για τη διάθεση των μεγάλων πλεονασμάτων σε αγαθά, τα οποία είχαν εκείνη την εποχή οι Η.Π.Α. λόγω της υπερδυναμικότητας που διέθετε η βιομηχανία τους.

Κατά κάποιον τρόπο τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (Μ.Ο.Π.) της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχαν τον ίδιο σκοπό με εκείνο του σχεδίου Μάρσαλ.

Κατά την περίοδο εκείνη, οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη της δημιουργίας μιας καλά εκπαιδευμένης δύναμης πωλητών, που θα μπορούσε να πείσει τους χοντρεμπόρους, τους λιανέμπορους και τους καταναλωτές να αγοράσουν τα προϊόντα τους. Έτσι σιγά-σιγά οι επιχειρήσεις άρχισαν να πιστεύουν στη φιλοσοφία των πωλήσεων. Το βασικό μέλημα για τις επιχειρήσεις εκείνης της εποχής ήταν να βρουν αγοραστές για τα προϊόντα που κατασκεύαζαν, άσχετα αν τα προϊόντα αυτά αποτελούσαν προέκταση της προσωπικότητας του κατασκευαστή και όχι επέκταση της προσωπικότητας του καταναλωτή όπως κανονικά θα έπρεπε να συμβαίνει.

Γ. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κατά τη δεκαετία του 1960 εμφανίστηκε η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τη νέα αυτή φιλοσοφία, οι επιχειρήσεις θα έπρεπε πρώτα να εντοπίσουν τι επιθυμεί ο καταναλωτής και μετά να προσπαθήσουν να το παράγουν και όχι να παράγουν ό,τι αυτές μπορούν και στη συνέχεια να προσπαθήσουν να αλλάξουν τις ανάγκες των

καταναλωτών για να το αγοράσουν.

Η φιλοσοφία του προσανατολισμού στο Μάρκετινγκ προτείνει τρεις βασικές ιδέες:

- Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να παράγουν μόνο ό,τι επιθυμεί ο καταναλωτής.
- Η βασική στρατηγική της επιχείρησης πρέπει να είναι η ανάπτυξη προγραμμάτων για την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή.
- Οι αποφάσεις της διοίκησης θα πρέπει να λαμβάνονται με βάση τα μακροχρόνια προγράμματα πωλήσεων και όχι με βάση τις ευκαιριακές πωλήσεις.

Έτσι, στόχος του Μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι να εντοπιστούν, μέσω της διαδικασίας έρευνας Μάρκετινγκ, οι φανερές και οι κρυφές ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών.

Αυτό οπωσδήποτε προϋποθέτει τη δημιουργία στην επιχείρηση της αντίστοιχης Διεύθυνσης Μάρκετινγκ για να φέρει σε πέρας το δύσκολο αυτό έργο. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ζητηθεί και από τις άλλες διευθύνσεις να συνεργάζονται με την καινούρια διεύθυνση και να αρχίσουν να προσανατολίζονται και αυτές προς τις ανάγκες των καταναλωτών.

Το πιστεύω των επιχειρήσεων αυτής της κατηγορίας είναι: *τι επιθυμεί να αγοράσει ο καταναλωτής που μπορεί με κέρδος να κατασκευάσει η επιχείρησή μας;*

Δ. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στη δεκαετία του 1980 ορισμένες επιχειρήσεις προχώρησαν από

τον προσανατολισμό στο Μάρκετινγκ, στον προσανατολισμό στο σύστημα Μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τη νέα αυτή φιλοσοφία, το Μάρκετινγκ επηρεάζει ολόκληρη την επιχείρηση.

Με τον προσανατολισμό της επιχείρησης στο σύστημα Μάρκετινγκ, η ιδέα του Μάρκετινγκ είναι παρούσα σε κάθε δραστηριότητά της. Η Γενική Διεύθυνση της επιχείρησης περιμένει από τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ να αναπτύξει στρατηγικά προγράμματα που να εξασφαλίζουν ανάπτυξη και διαρκή κέρδη. Αυτό επιτυγχάνεται προβλέποντας τις μελλοντικές εξελίξεις στην αγορά και αναπτύσσοντας καινοτομικές δραστηριότητες προκειμένου να προληφθούν οι αλλαγές στην αγορά. Οι πάντες στην επιχείρηση πρέπει να καταλαβαίνουν ότι ο σημερινός καταναλωτής δεν αγοράζει πλέον προϊόντα, αλλά οφέλη. Η επιχείρηση πρέπει να είναι βέβαιη ότι ο καταναλωτής είναι σε θέση να αξιολογήσει τα οφέλη τα οποία θα έχει, εάν αγοράσει και αξιοποιήσει το συγκεκριμένο προϊόν.

Εκείνο που πιστεύουν οι επιχειρήσεις αυτές είναι ότι: *όλες οι Διευθύνσεις της επιχείρησης πρέπει να είναι προσανατολισμένες προς τον καταναλωτή.*

ΓΕΝΙΚΟ
ΜΕΡΟΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

1.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ

Η εμφάνιση της επιχείρησης στην κοινωνία χάνεται στο παρελθόν. Γνωρίζουμε εν τούτοις ότι διάφορες μορφές επιχείρησης άνθισαν στη λεκάνη της Μεσογείου περίπου πριν από 3.000 χρόνια π.χ. Οι έμποροι της Μεσοποταμίας ταξίδευαν στις θάλασσες εκθέτοντας τα εμπορεύματά τους και υπάρχουν έγκυρες πηγές που μας πληροφορούν ότι χρησιμοποιούσαν "τεχνικές" που σήμερα γνωρίζουμε ότι είναι θεμελιώδεις στη λειτουργία και οργάνωση μιας επιχείρησης (π.χ. σύνταξη συμβολαίου, συνεργασία με βάση κάποιους γραπτούς νόμους του εμπορίου, διακανονισμοί καθορισμού των τιμών αγοράς και πώλησης). Μια απόδειξη της σπουδαιότητας του εμπορίου εκείνα τα χρόνια αποτελεί ο γνωστός κώδικας του Χαμουραμί, που χρονολογείται το 2000 π.Χ. και περιείχε περισσότερους από 300 νόμους που αφορούσαν την επιχειρησιακή δραστηριότητα.

Η επιχειρησιακή ζωή στην Μεσογειακή λεκάνη παρουσίασε κατακόρυφη ανάπτυξη στην περίοδο μεταξύ 800-450 π.Χ., αφού τότε ο

"επιχειρηματίας" είχε απελευθερωθεί από τον έλεγχο του ανατολικού δεσποτισμού και ακόμα βέβαια δεν είχε επέλθει η Ρωμαϊκή κατάκτηση. Αλλά η θέση των επιχειρηματιών διέφερε στα διάφορα μέρη του κόσμου. Στην αρχαία Αθήνα και Σπάρτη, για παράδειγμα, οι έμποροι-επιχειρηματίες δεν είχαν θέσεις με κοινωνική ακτινοβολία γιατί το ενδιαφέρον αυτών των πόλεων ήταν κυρίως στραμμένο σε ζητήματα αγροτικά και στρατιωτικά. Ένας έμπορος δεν μπορούσε να κατέχει δημόσιο αξίωμα, να έχει δικά του περιουσιακά στοιχεία και σε περίοδο πολέμου στρατευόταν υποχρεωτικά και μάλιστα στην κατώτερη βαθμίδα.

Εξάλλου ο Πλάτων στην "Πολιτεία" του υποτιμά τη σπουδαιότητα της ιδιωτικής περιουσίας και τη συλλογή του πλούτου στην ιδανική κοινωνία του. Την ίδια πορεία στη σκέψη του ακολούθησε και ο μαθητής του Αριστοτέλης.

Όμως υπήρχαν και πόλεις, όπως η Σιδώνα, η Τύρος, η Ρόδος, η Κόρινθος, όπου οι επιχειρηματίες ήταν πλούσιοι και κατείχαν καίριες θέσεις στα κυβερνητικά αξιώματα. Στις πόλεις αυτές τα "ιδεώδη": ιδιοκτησία, κέρδος, καταμερισμός της εργασίας, συναλλαγή και εμπορικός νόμος ήταν πολύ ανεπτυγμένα.

1.2. Η ΡΩΜΑΪΚΗ ΕΠΟΧΗ

Οι καρχηδονιακοί πόλεμοι (264-146 π.Χ.) άλλαξαν ριζικά τη μορφή και δομή της επιχείρησης στη Μεσόγειο. Τα μεγάλα εμπορικά κέντρα έσβησαν το ένα μετά το άλλο και ο επιχειρηματίας έχασε τον πλούτο και το γόητρό του.

Στη Ρωμαϊκή αυτοκρατορία υπήρχε ένα "πάντρεμα" μεταξύ

αριστοκράτη και επιχειρηματία απaráμιλλο στην ιστορία για τις περίεργες σχέσεις που ανέπτυξαν οι δύο φορείς. Πραγματικά, αν και η θέση του επιχειρηματία ήταν πολύ χαμηλή στην κοινωνική πυραμίδα, παρ' όλα αυτά μια σειρά γεγονότων τους έδωσε την ευκαιρία να διαδραματίσουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο.

Η Ρώμη έπρεπε να εισάγει τρόφιμα για να καλύψει τις μεγάλες ανάγκες του λαού της. Οι επέκτατικοί πόλεμοι συνεχίζονταν και τα πολλαπλά λάφυρα την οδήγησαν σε μεγάλη ευμάρεια, αλλά ταυτόχρονα και σε αύξηση των απαιτήσεων των πολιτών για πολυτέλεια. Έτσι η Ρωμαϊκή κυβέρνηση αναγκάστηκε να χρησιμοποιήσει τους επιχειρηματίες, οι οποίοι ανέλαβαν τη κοπή νομισμάτων, την κατασκευή δρόμων και υδραγωγείων καθώς και τη συλλογή των φόρων.

Όμως η ρήξη των σχέσεων αριστοκρατίας και επιχειρηματιών διογκωνόταν διαρκώς από πολλές αιτίες. Οι πρώτοι δανείζονταν συχνά από τους δεύτερους για να διατηρήσουν οικονομική επιφάνεια, ενώ ταυτόχρονα η, πλεονεξία και απληστία των δεύτερων μεγάλωνε. Καθώς οι επιχειρηματίες πλούτιζαν όλο και περισσότερο πίεζαν και εκβίαζαν καταστάσεις ώστε να μπορέσουν να καταλάβουν μια θέση στο κυβερνητικό σχήμα. Τούτο όμως απλά τροφοδοτούσε το μίσος μεταξύ των δύο τάξεων, μέχρις ότου πήρε διαστάσεις πολέμου μεταξύ αυτών των δύο παραγόντων της πολιτικής ζωής,

Κατά την διάρκεια της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας δεν άλλαξε σχεδόν καθόλου η θέση και η επιρροή του επιχειρηματία στον Ελλαδικό χώρο. Μπορεί να ειπωθεί ότι αυτός ήταν αποδεκτός για την οικονομική βοήθεια που προσέφερε αλλά συνέχιζε να θεωρείται ένας πολίτης δευτέρας κατηγορίας, ακριβώς λόγω του επαγγέλματός του.

Λίγο πριν κηρυχθεί το διάτάγμα της ανεξιθρησκείας (313 π.Χ.) και αρχίσει με γοργότερο ρυθμό η εξάπλωση του Χριστιανισμού, το

Ρωμαϊκό κράτος είχε αναπτύξει σπουδαίες και προηγμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες. (Τεχνολογία, εκτεταμένο τραπεζιτικό σύστημα, καλύτερη οργάνωση των επιχειρήσεων και η ισχυρότερη νομική κάλυψη, κ.λπ.). Αν και το χριστιανικό δόγμα ήταν αντίθετο με το κερδοσκοπικό πνεύμα των επιχειρήσεων δεν μπόρεσε να επηρεάσει σημαντικά την πορεία τους μέχρι να επέλθει η ολοκληρωτική πτώση της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας.

1.3. ΟΙ ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΟΙ ΧΡΟΝΟΙ

Ο μεσαίωνας εκτείνεται χρονολογικά από την πτώση της Ρώμης (476 μ.Χ.) μέχρι και τον 15^ο αιώνα, αν και αυτά τα όρια δεν είναι βέβαια σαφή και ακριβή. Χωρίζεται για λόγους μεθοδολογικούς σε τρεις περιόδους και αφορά την ιστορία της Δύσης.

- α) Οι πρώιμοι χρόνοι: τέλος Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας έως το 1000 μ.Χ. περίπου.
- β) Οι κυρίως μεσαιωνικοί χρόνοι: 1000 μ.Χ. έως 13^ο μ.Χ. αιώνα.
- γ) Οι μετέπειτα μεσαιωνικοί χρόνοι: έως και τον 15^ο αιώνα.

Οι πρώιμοι μεσαιωνικοί χρόνοι, σε αντίθεση με την προηγμένη Ρωμαϊκή κοινωνία, χαρακτηρίζονται από έναν έντονο και πρωτόγονο τοπικισμό. Είναι γνωστό ότι με την πλήρη εξασθένηση και πτώση της κεντρικής εξουσίας αναπτύχθηκε ο φεουδαρχισμός. Ο φεουδάρχης απασχολούσε στα φέουδά του πολλούς ανθρώπους που είχαν μεταχείριση δούλου. Υπήρχε μια τρίτη τάξη, των "ελεύθερων", στην οποία ανήκαν και ελάχιστοι έμποροι. Μία τέταρτη τάξη αποτελούσε ο κλήρος με αυξανόμενη διαρκώς δύναμη. Αυτές οι τάξεις αποτελούσαν

τοπικές ομάδες με μια σειρά από προνόμια, υποχρεώσεις, ήθη και θρησκεία. Οι άνθρωποι πια ζούσαν απλά και μόνο για να εξασφαλίσουν τροφή και στέγη και κατ' αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις έφθιναν διαρκώς.

Κατά τη διάρκεια όλων των μεσαιωνικών χρόνων και ιδιαίτερα την πρώτη περίοδο επεκράτησε ένας άκρατος και παθητικός δογματισμός, που όπως θα διαπιστώσουμε, εμπόδισε την επιχειρηματική ανάπτυξη. Σύμφωνα με το σκληρό καθολικό δόγμα ο άνθρωπος ήταν αμαρτωλός και για να κερδίσει την αιώνια βασιλεία έπρεπε να καθαρθεί. Έτσι η επιχείρηση εθεωρείτο ότι δομείται πάνω στην απληστία, που ήταν αμαρτία και έστρεφε το νου των ανθρώπων προς τις υλιστικές δομές αυτής της ζωής παρά στην πνευματική αναζήτηση της αιώνιας. Έτσι η συλλογή κεφαλαίου για παραγωγή δεν προωθείτο, οι τιμές έπρεπε να είναι σαφώς καθορισμένες και όλες οι πράξεις έπρεπε να βρίσκονται σε συμφωνία με έναν ηθικό εκκλησιαστικό κώδικα.

Προς το τέλος του μεσαίωνα η Δυτική εκκλησία εξελίχθηκε σε ισχυρό φεουδάρχη σ' όλη την χριστιανική επικράτεια, αφού είχε έντεχνα διαδοθεί και καρπίσει η πίστη ότι με την προσφορά δώρων στην Εκκλησία, συμπεριλαμβανομένης και γης, η ελπίδα για εξιλέωση από την αμαρτία παρέμενε ζωντανή. Έτσι, οι θρησκευτικοί ηγέτες απέκτησαν μεγάλη πολιτική δύναμη. Η επιχειρησιακή δραστηριότητα συσπειρώθηκε σε κλειστές συντεχνίες εμπόρων και πάνω από όλα πλανιόταν το βαρύ χέρι του τριγώνου, έθιμο - προνόμιο - θεολογία, στους οικονομικούς περιορισμούς του οποίου, λίγοι προσπαθούσαν ν' αντιταχθούν. Αλλά υπήρχαν και κάποιες δυνάμεις που προωθούσαν το εμπόριο, όπως ορισμένες αγορές, σε τοπική βάση, που οργάνωναν σε τακτά διαστήματα μεγάλα πανηγύρια και συγκέντρωναν εμπορεύματα και εμπόρους από αρκετές κοντινές πόλεις.

Η εισβολή του Ισλάμ (8^{ος} αιώνας) που μετέτρεψε τη Μεσόγειο σε μουσουλμανική λίμνη και οι σταυροφορίες που οργανώθηκαν για την εκδίωξη των εισβολέων, την αποκατάσταση του χριστιανισμού και την ανάκτηση των Αγίων Τόπων συντέλεσαν ώστε να παρατηρηθεί "διέγερση" του εμπορίου και της επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς η οικονομική δραστηριότητα θέρεινε η εκκλησία βρέθηκε σε μία αντίφαση μεταξύ καθημερινής πράξης και φιλοσοφίας αφού, ούτε λίγο ούτε πολύ, είχε και αυτή οργανωθεί σ' έναν οικονομικό, επιχειρησιακό οργανισμό. Ο Θωμάς ο Ακινάτης, φιλόσοφος της Δυτικής εκκλησίας (1225-1274) ήταν ο πρώτος από τους Σχολαστικούς που προσπάθησε συστηματικά να συμφιλιώσει το θεολογικό δόγμα με τις υπάρχουσες κοινωνικές συνθήκες στο έργο του: "suma Theologia". Πραγματικά κατάλαβε ότι το εμπόριο, αν και δεν ήταν κατά βάση κάτι καλό και φυσικό, ήταν επιτρεπτό, αν εχρησιμοποιείτο για να βοηθήσει τη χώρα. Αν δηλαδή και δεν ήταν ευχαριστημένος με την πορεία του εμπορικού κόσμου, διαπίστωσε ότι ήταν αδύνατο να την σταματήσει και έτσι έπρεπε αναγκαστικά να γίνει κάποιος συμβιβασμός.

1.4. ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΟΥ ΚΟΣΜΟΥ

Η πτώση του μεσαιωνικού κόσμου επισπεύσθηκε από τέσσερα βασικά γεγονότα: Το μαύρο θάνατο, την Αναγέννηση, το επεκτεινόμενο εμπόριο και την αλλαγή της θεολογικής σκέψης. Ο Μαύρος θάνατος (1348-1349) ήταν μια τρομερή μάστιγα που κόστισε τη ζωή του 1/3 των Ευρωπαίων.

Η καταστροφή αυτή συνοδεύτηκε από ριζικές κοινωνικές αλλαγές κυριότερες από τις οποίες ήταν:

Πρώτον η κατακόρυφη μείωση των εισοδημάτων των φεουδαρχών και τάση των χωρικών να σχηματίζουν ελεύθερες κοινωνικές ομάδες.

Δεύτερον, υπήρξε μια πνευματική αφύπνιση που ξεκίνησε από την Ιταλία. γύρω στα 1350 και εξαπλώθηκε σταδιακά σ' όλη την Ευρώπη. Η απαίτηση για την ανάκτηση της χαμένης γνώσης και η ανακάλυψη νέας, φύσηξε ένα δροσερό αναζωογονητικό αέρα στη μεσαιωνική κοινωνία. Είναι η εποχή της Αναγέννησης. Ιδρύθηκαν Πανεπιστήμια και η αναγέννηση της πνευματικής ελευθερίας οδήγησε στην ανανέωση των ιδεών για την ατομική ελευθερία και πρωτοβουλία και κατά συνέπεια πιο σύγχρονες ιδέες για την επιχείρηση έγιναν αποδεκτές.

Τρίτον, οι Σταυροφορίες επέφεραν σημαντική οικονομική αναζωπύρωση. Στόλοι πλοίων ναυπηγήθηκαν και η Μεσόγειος μετατράπηκε σε μία θάλασσα όπου το εμπόριο γνώρισε ξεχωριστή άνθιση. Τέλος, υπήρξε μία στροφή της θεολογίας προς την "εκκοσμίκευση" της εκκλησίας και στην "κοσμικοποίηση" του Δυτικού πνεύματος, στην σταδιακή, δηλαδή, απομάκρυνση από την αντίληψη της ανάγκης της θείας αποκάλυψης σε θέματα αλήθειας και γνώσης και στη δημιουργία της πεποίθησης ότι έχει τη δυνατότητα ο άνθρωπος με τις δικές του δυνάμεις να φτάσει στην αλήθεια και τη γνώση.

Η κοινωνική δύναμη η οποία προκάλεσε αυτή την μεγάλη αλλαγή ήταν, η ονομαζόμενη στην ιστορία του χριστιανισμού, Προτεσταντική μεταρρύθμιση. Κύριος εκφραστής της υπήρξε ο Μαρτίνος Λούθηρος (1483-1546), ο οποίος, αν και δεν ήταν καθαρά υπέρ της ανοικτής επιχειρησιακής δραστηριότητας, την υποβοήθησε πολύ, κηρύσσοντας ότι η απαιτούμενη ηθικότητα για την τελική σωτηρία μπορούσε να εξασφαλισθεί και στην εγκόσμια ζωή και όχι μονάχα στη μοναστική.

Κριτήριο ήταν η πίστη του ανθρώπου και όχι το επάγγελμά του. Η Θεολογία του όμως ήταν αρκετά θεωρητική και παθητική σε αντίθεση με αυτήν του Καλβίνου που ήταν "επιθετική", ενεργητική. Κατ' αυτόν, κύριο και μοναδικό κριτήριο σωτηρίας ήταν η επιδεικνυόμενη ικανότητα του ανθρώπου να παρουσιάσει καλά έργα μέσω της εργασίας πιστεύοντας βαθιά ότι αυτό ήταν δυνατό λόγω της δύναμης του Θεού, να δουλεύει μέσω του ανθρώπου. Υπήρχε κατά συνέπεια μια τρομερή πίεση για σκληρή δουλειά.

Οι πουριτανοί, προσθέτοντας μια άλλη διάσταση, συνέδεσαν στενά το πνεύμα της οργάνωσης μιας επιχείρησης με το πνεύμα του Θεού. Γι' αυτούς, υπήρχαν δύο κύριοι αντικειμενικοί σκοποί για εργασία. Ο πρώτος ήταν ένα είδος πειθαρχίας, ένας τρόπος να κρατείται το άτομο απασχολημένο και κατ' αυτό τον τρόπο να αποφεύγει τις σατανικές σκέψεις και πράξεις. Ο δεύτερος ήταν να αυξηθεί η απόδοση δόξας στο Θεό. Οι άνθρωποι ζούσαν για να δουλεύουν και δε δούλευαν για να ζήσουν. Η εργασία θα οδηγούσε αναπόφευκτα σε πλουτισμό αλλά αυτή η συλλογή πλούτου ήταν για το Θεό και όχι για τις υλικές απολαύσεις. Ο Βενιαμίν Φραγκλίνος ερμήνευσε αυτή την Θεολογία σε πρακτικά αξιώματα, τα οποία "συνέλαβαν στην καρδιά" το πνεύμα του καπιταλισμού και της ατομικής επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Κατ' αυτόν ο χρόνος ήταν χρήμα. Ο άνθρωπος δεν πρέπει ν' αγαπά τα χρήματα, αλλά είναι υποχρεωμένος να κερδίζει όλο και περισσότερα. (Cr. Steiner, 1975).

Εδώ βρίσκεται και η Προτεσταντική ηθική, η οποία εξάσκησε ισχυρή επιρροή κυρίως στην Αμερικανική οικονομική δραστηριότητα. Έδωσε έμφαση στην αρετή της εργασίας, στην ιερή φύση της ατομικής ιδιοκτησίας, την προσωπική ανεξαρτησία, την αξιοπρέπεια και αξία του ατόμου. Η εβραϊκή θρησκεία ενδυνάμωσε αυτά τα ιδεώδη, γι' αυτό και

το Εβραϊκό στοιχείο ελέγχει σήμερα τις οικονομίες πολλών κρατών.

Κατά τον σπουδαίο κοινωνιολόγο Max Weber, η έμφαση του καπιταλισμού στη Δυτική Ευρώπη ενθαρρύνθηκε από την ταυτόχρονη άνθιση του Προτεσταντισμού και είναι στην ουσία υποπροϊόν του Καλβινισμού, γιατί η θεωρία του περιείχε αξίες ευνοϊκές για την καπιταλιστική εξέλιξη της κοινωνίας, όπως τον ασκητισμό, την έμφαση στην εργασία σ' αυτή τη ζωή, ως προϋπόθεση σωτηρίας στην άλλη, και την έμφαση στην ατομικότητα.

1.5. Ο ΜΕΡΚΑΝΤΙΛΙΣΜΟΣ (ΕΜΠΟΡΟΚΡΑΤΙΑ)

Με το τέλος του Μεσαίωνα μία σειρά ποικίλων αλλαγών επήλθε σε πολλές χώρες της Ευρώπης. Στις περισσότερες η δύναμη έτεινε να συγκεντρωθεί στα χέρια των βασιλέων (π.χ. Γαλλία) και αυτοί πια άρχισαν να ελέγχουν την οικονομική ζωή των χωρών τους. Μια σειρά σκέψεων και απόψεων συνδεδεμένων με το παραπάνω γεγονός οδήγησε στην εφαρμογή του λεγόμενου "μερκαντιλισμού".

Τα μερκαντιλιστικά κράτη, γενικά, προσπαθούσαν να διατηρήσουν πολιτική επικεντρωμένη στο πρόσωπο του μονάρχη καθώς και μια στρατιωτική δύναμη που θα μπορούσε να εξασκηθεί προς ξένα εδάφη, η κατάκτηση των οποίων ενδιέφερε τον ηγεμόνα.

Οι μερκαντιλιστές πίστευαν ότι η κρατική μηχανή στηρίζεται στον πλούτο και κυρίως σ' αυτόν που προέρχεται από πολύτιμα μέταλλα. Έτσι, τα κράτη αυτά αποφάσισαν να επεκταθούν και προς τα έξω για να έχουν στη διάθεσή τους όσο το δυνατό περισσότερα πολύτιμα μέταλλα. Ενισχύθηκε έτσι το εμπόριο στο εξωτερικό, αυξήθηκαν οι εξαγωγές και η ίδρυση νέων βιομηχανιών ενθαρρύνθηκε από τις κυβερνήσεις. Οι

αποικίες ήταν βέβαια πολύ σπουδαίες πηγές πολύτιμων μετάλλων, γιατί μπορούσαν να αποδώσουν πρώτες ύλες στη μητέρα χώρα και να είναι ταυτόχρονα μια σπουδαία πηγή πώλησης επεξεργασμένων προϊόντων. Περισσότερο να αναφέρουμε ότι δεν υπήρχε καμία μορφή οικονομικής ζωής που να διαφεύγει από την επίβλεψη της κεντρικής κρατικής μηχανής και των νόμων που αυτή επέβαλλε για την εργασία, τη γεωργία, τη βιοτεχνία, την παραγωγή και την κατανάλωση.

Καθώς οι περισσότεροι Ευρωπαίοι επιχειρηματίες υπέφεραν κάτω από τους περιοριστικούς ελέγχους της κεντρικής εξουσίας, δεν έλειπαν οι περιπτώσεις εκείνων που ήταν ελεύθεροι και ισχυροί. Κλασικό παράδειγμα αποτελεί η Φλωρεντία. Εκεί υπήρχε πολύς ρευστοποιημένος πλούτος που χρησιμοποιείτο για να υποβοηθήσει την ανάπτυξη των τεχνών και να "θρέψει" τις θρησκευτικές, πολιτικές και στρατιωτικές φιλοδοξίες επιχειρηματιών, όπως οι Μέδικοι που ήταν πολύ ισχυροί κατά τη διάρκεια του 15^{ου}, 16^{ου} και 17^{ου} αιώνα.

Εννοείται ότι ο μερκαντιλισμός δεν μπορεί να θεωρηθεί σαν μία συγκεκριμένη οικονομική θεωρία. Περισσότερο αποτελεί τη συνισταμένη απόψεων και αντιλήψεων, σκέψεων και ιδεών που επεκράτησαν στην ευρωπαϊκή σκέψη κατά τον 17^ο και 18^ο αιώνα.

Σταδιακά και με την επίδραση νέων ιδεών και κοινωνικών δεδομένων διαφοροποιήθηκε η δομή και η λειτουργία των εθνικών κρατών στην Ευρώπη, άλλαξε ο τρόπος παραγωγής και εργασιακών σχέσεων και εμφανίστηκε και καθιερώθηκε το καπιταλιστικό παραγωγικό σύστημα, βασικά χαρακτηριστικά του οποίου υπάρχουν σήμερα, με ορισμένες παραλλαγές, σε πολλές χώρες του κόσμου.

1.6. Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΚΡΑΤΙΣΜΟΥ (ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΥ)

Οι βασικοί λόγοι που οδήγησαν στην εμφάνιση του κεφαλαιοκρατισμού είναι:

- α) Οι απαιτήσεις για απελευθέρωση της αγοράς από τους νομικούς φραγμούς

Ο μερκαντιλισμός έσπειρε τους σπόρους της καταστροφής του. Η υλιστική φιλοσοφία του διέσσωσε τα άτομα-επιχειρηματίες από τους σκληρούς περιορισμούς της μεσαιωνικής ζωής και οδήγησε την ατομική οικονομική δραστηριότητα σε συμφωνία με τα ενδιαφέροντα της κεντρικής εξουσίας, αλλά από την άλλη μεριά οι αντικειμενικοί τρόποι και μέθοδοι κρατικού ελέγχου έγιναν όλο και λιγότερο αποδεκτοί από τους επιχειρηματίες που προσπαθούσαν διαρκώς να εξυπηρετήσουν το ατομικό συμφέρον και να εκμεταλλευτούν όσο το δυνατό περισσότερο τις ευκαιρίες.

Ένα σημαντικό αποτέλεσμα της παραπάνω κατάστασης ήταν ότι το σχέδιο των μερκαντιλιστικών ελέγχων έτεινε να υποστεί αλλαγές υπέρ των επιχειρηματιών. Αυτό πρώτα παρατηρήθηκε στην Αγγλία, όπου όλες οι καινούργιες βιομηχανίες ήταν απαλλαγμένες από αρκετούς από τους παλαιότερους σκληρούς κανονισμούς. Οι απαιτήσεις μιας αναπτυσσόμενης τάξης επιχειρηματιών για περισσότερη οικονομική ελευθερία ικανοποιήθηκαν αρχικά με την ανάπτυξη του εμπορίου, κατόπιν με την ελάττωση των ελέγχων και τέλος με τις θεαματικές ανακαλύψεις νέων μηχανών ιδιαίτερα στην Αγγλία.

β) Οι μεγάλες εφευρέσεις

Ξεκινώντας από τη βιομηχανία νημάτων στην Αγγλία, μια σειρά ανακαλύψεων έθεσε τις βάσεις για επαναστατικές αλλαγές στις μεθόδους κατασκευής και παραγωγής: ιπτάμενη σαίτα (1733), περιστροφική κλωστική μηχανή (1770) κ.λ.π. Σημαντική ήταν η ανακάλυψη της ατμομηχανής του WATT που αντικατέστησε τη δύναμη του νερού με αυτήν του ατμού. Η ανακάλυψη του Τζαίμς Βαττ (1769) θεωρείται ως ο χρόνος έναρξης της μεγάλης βιομηχανικής επανάστασης, οπότε αρχίζει η ιστορία της νεώτερης βιομηχανίας. Ταυτόχρονα αναπτύχθηκαν νέες μέθοδοι που αντικατέστησαν, το ξυλοκάρβουνο με τον γαιάνθρακα για την εξαγωγή μετάλλων. Κατακόρυφη ανάπτυξη παρουσίασε και η παραγωγή ατσαλιού που επεκτάθηκε και σε άλλους τομείς, όπως στις μηχανές, γεωργικό εξοπλισμό, σωληνώσεις κ.λ.π.

Όλες αυτές οι εφευρέσεις είχαν ως άμεσο αποτέλεσμα την εισαγωγή του "εργασιακού συστήματος" παραγωγής. Στο εξής το κεφάλαιο άρχισε να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ζωή. Η συλλογή του ήταν αναγκαία για να αγοραστούν τα νέα μηχανήματα και να προσληφθούν οι λεγόμενοι βιομηχανικοί εργάτες για να τα χειρίζονται. Με την οργάνωση των εργοστασίων, δεν συνέβη μόνο μια εκρηκτική αύξηση της παραγωγής, αλλά άρχισαν ταυτόχρονα να τρίβουν τα θεμέλια όλων των κοινωνικών θεσμών. Αυτό σήμαινε ότι πλησίαζε η μεγάλη κοινωνική αλλαγή που συγκλόνισε την ανθρωπότητα και άλλαξε ριζικά τη ζωή των ανθρώπων.

γ) Οι θεσμοί του καπιταλισμού

Από την ιστορία της οικονομικής ζωής της ανθρωπότητας

πληροφορούμεθα ότι οι κοινωνικοί και οικονομικοί θεσμοί που εμφανίστηκαν στις κοινωνίες του 17^{ου} και 18^{ου} αιώνα, οι οποίοι ενθάρρυναν την επιχειρηματική δραστηριότητα και απελευθέρωναν τους επιχειρηματίες από τους περιορισμούς, είχαν τις ρίζες τους στο απώτερο ιστορικό παρελθόν. Αναφέρουμε ενδεικτικά μερικές από αυτές τις θεσπίσεις για να έχουμε σαφή εικόνα της εξελικτικής πορείας της οικονομικής και κοινωνικής ζωής των ανθρωπίνων κοινωνιών.

Από την εποχή των Ρωμαϊκών χρόνων μέχρι και την Αγγλία του 18^{ου} αιώνα τα νομικά δικαιώματα κατοχής και χρήσης περιουσίας ενδυναμώθηκαν υπέρ των ιδιωτών. Έτσι θεσπίστηκαν νόμοι συνδεδεμένοι με τη νομιμότητα των συμβολαίων της ιδιοκτησίας.

Από πολύ καιρό ένα σώμα ελεύθερων εργατών είχε δημιουργηθεί στην κοινωνία και μιας τάξης επιχειρηματιών, αποτέλεσε μια βάση για την θέσπιση του συστήματος του εργοστασίου (factory system). Επιτεύχθηκε έτσι ταυτόχρονα ο καταμερισμός της εργασίας και ένα σύστημα πληρωμής πολύ σπουδαίο για την ανάπτυξη της μοντέρνας οικονομίας και άρχισαν να μπαίνουν οι βάσεις της λογιστικής στην οργάνωση των επιχειρήσεων, αφού η κυκλοφορία ρευστοποιημένου χρήματος αυξήθηκε εκπληκτικά.

Αν και προϋπήρχε κάποιο πιστωτικό σύστημα τώρα, που η ύπαρξή του ήταν αναγκαία, αναπτύχθηκε πολύ περισσότερο. Άρχισε επίσης να αναπτύσσεται ταυτόχρονα το πνεύμα του ανταγωνισμού στις τιμές. Η αξία του επιχειρηματία στην κοινωνία αναγνωριζόταν πια όλο και περισσότερο. Ασφαλιστικές εταιρείες ζωής και φωτιάς δημιουργήθηκαν στο τελευταίο τέταρτο του 17^{ου} αιώνα και ευνόησαν τη λήψη ριζοκίνδυνων αποφάσεων. Γενικά, θεσπίστηκαν οι βασικές αρχές του συστήματος της ελεύθερης οικονομίας.

Η μεγάλη οικονομική ανάπτυξη της Αγγλίας κατά τον 17^ο και 18^ο

αιώνα οφειλόταν βασικά στην αποτελεσματικότητα και σωστή λειτουργία των επιχειρηματικών της οργανισμών, γνωστών με το όνομα "μετοχικές εταιρείες", πρόδρομοι των σημερινών, που εκμεταλλεύθηκαν τις εμπορικές ευκαιρίες και τη νέα τεχνολογία. Η πρώτη οργανώθηκε και χρηματοδοτήθηκε από τη Μαρία Τυδώρ, μόλις το 1553 (16^ο αιώνας). Αυτές οι εταιρείες είχαν πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τις σημερινές επιχειρήσεις, αλλά διέφεραν σημαντικά, όσον αφορά το πεδίο δράσης και τους σκοπούς. Οι περισσότερες "μετοχικές εταιρείες" είχαν συχνά ισχυρή πολιτική και στρατιωτική δύναμη και επιρροή αλλά ταυτόχρονα και σημαντικές υποχρεώσεις έναντι του Αγγλικού στέμματος αφού το μισό τουλάχιστον κεφάλαιο της οικονομικής τους δραστηριότητας επέστρεφε πάλι στον Αγγλικό θρόνο, ο οποίος είχε τρομακτικές οικονομικές απαιτήσεις από τις "μετοχικές εταιρείες". Παράλληλα πάντως με αυτές τις εταιρείες στην Αγγλία του 17^ο και 18^ο αιώνα υπήρχαν και άλλοι παρόμοιοι οικονομικοί οργανισμοί αλλά κανένας δεν είχε την αξία και οικονομική επιφάνεια των μετοχικών εταιρειών.

Λίγο αργότερα και ιδιαίτερα στις αρχές του 18^ο αιώνα (1720) παρατηρείται στον επιχειρηματικό κόσμο της Αγγλίας μια κρίση θεσμική η οποία είχε παρενέργειες οικονομικές γιατί οδήγησε στην εγκατάλειψη της "μετοχικής εταιρείας". Κατόπιν όμως, με την ανάκληση της παλαιάς νομοθεσίας και την ψήφιση νέας, εμφανίστηκε μία νέα μέθοδος οργάνωσης των επιχειρήσεων και καθιερώθηκαν καινούργιοι θεσμοί.

Τα παραπάνω σημαίνουν ότι οι θεσμοί του καπιταλισμού έχουν μακρινή ιστορική παράδοση. Η νέα τους μορφή οφείλεται ακριβώς στα νέα τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα, στις καινούργιες απαιτήσεις της κοινωνίας.

1.7. ΟΙ ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

Κατά τα τέλη του 17^{ου} αιώνα, ο Νεύτωνας ανακάλυψε τους νόμους της βαρυτικής έλξης και έτσι άρχισε μια ταχύτατη ανάπτυξη των θετικών επιστημών. Η ανακάλυψη και διατύπωση των άγνωστων μέχρι τότε φυσικών νόμων έσπρωξαν τους ανθρώπους να ψάξουν για τους νόμους της φύσης που καθοδηγούσαν τις πράξεις των ατόμων. Έτσι γεννήθηκε η ιδέα, ότι ήταν φυσικό πράγμα η κυβέρνηση να μην ανακατεύεται στην κοινωνική και οικονομική ζωή, αφού πρέπει να υπάρχει μια "φυσική τάξη" που κυβερνά την ανθρώπινη ζωή.

Τα καινούργια δόγματα περί "φυσικής τάξης" διατυπώθηκαν από τον John Locke, ο οποίος υποστήριξε την ιδέα ότι στην αρχική κατάσταση της μορφής της κοινωνίας οι άνθρωποι ήταν ελεύθεροι και ίσοι. Υπήρχαν μονάχα φυσικοί νόμοι που καθόριζαν τις μεταξύ τους σχέσεις. Η ανάγκη μιας κυβέρνησης γεννήθηκε από την έλλειψη μιας εκτελεστικής δύναμης, αλλά η "υποταγή" της κοινωνίας στην κυβέρνηση προήλθε μονάχα ύστερα από τη συγκατάθεση της πρώτης. Αφού οι άνθρωποι, ως δημιουργήματα της φύσης είχαν ορισμένα φυσικά και απαράβατα δικαιώματα όπως ζωή, ελευθερία και περιουσία, η κυβέρνηση δεν έπρεπε να τους τα στερεί. Σε μια τέτοια περίπτωση παραβίαζε τον ίδιο τον φυσικό νόμο και έπρεπε να καταργηθεί.

Ο John Locke ανήκει στους αισθησιοκράτες-εμπειριστές και είναι σύγχρονος του μεγάλου φιλοσόφου Σπινόζα, αφού γεννήθηκαν το ίδιο έτος. Και τα δύο αυτά πνεύματα είχαν επηρεασθεί από τη φιλοσοφία του Ρενέ Ντεκάρτ (Καρτέσιος), του Βάκωνα και του έξοχου Άγγλου φιλοσόφου του Τόμας Χομπς.

Ο Λοκ είναι αλληλένδετος στην ιστορία της φιλοσοφίας με τον

Λάμπνιτς και κινήθηκαν από κοινού σε πολλές σφαίρες του πνεύματος και της ζωής. Ο Άγγλος (Λοκ) έδειξε μεγάλη κλίση στις εμπειρικές φυσικές επιστήμες και στην ιατρική, ενώ ο Γερμανός (Λάμπνιτς) αναδείχθηκε σ' έναν από τους κορυφαίους μαθηματικούς των νεώτερων χρόνων.

Η φιλοσοφία τους ήταν επόμενο να επηρεάσει την Ευρωπαϊκή σκέψη και να οδηγήσει και τους οικονομολόγους (Adam Smith και άλλους) σε καινούργιες αναζητήσεις για την αντιμετώπιση της οικονομικής επιστήμης. Αυτές τέλος, οι φιλοσοφικές θεωρίες περιείχαν τρεις βασικές ιδέες για την εξέλιξη της οικονομικής σκέψης, οι οποίες ήταν:

- ο ατομικισμός,
- το laissez faire και
- η ελεύθερη οικονομία.

1. Ατομικισμός

Είναι η ιδέα της ύψιστης σπουδαιότητας του ατόμου στην κοινωνία, της κληρονομημένης ευπρέπειας του ανθρώπου και μία πίστη στη λογική του. Αυτά τα θεμέλια οδήγησαν βέβαια στο συμπέρασμα ότι η εξουσία πάνω από τα ξεχωριστά άτομα έπρεπε να διατηρηθεί στο ελάχιστο. Φυσικά η λέξη "ατομικισμός" δεν ήταν καθόλου σύγχρονη αφού είχε παρουσιαστεί και στην Αρχαία Ελλάδα και στη χριστιανική - ιουδαϊκή θεολογία. Η διαφορά στον 18^ο αιώνα συνίσταται στο ότι η θεωρία αυτή γνώρισε μια πρωτοφανή πλατιά εξάπλωση και αποδοχή τόσο μεγάλη, ώστε άλλαξε ριζικά την πορεία των οικονομικών, πολιτικών και κοινωνικών ρευμάτων του κόσμου.

Ο ατομικισμός δεν, ήταν κάτι αόριστο. Πολιτικά, σήμαινε το

δικαίωμα των ανθρώπων να νομοθετούν με δική τους ευθύνη, να φορολογούνται μόνο από τους αντιπροσώπους τους, να είναι ελεύθεροι να διαλέξουν τους κυβερνητικούς αντιπροσώπους τους ή και να τους αλλάζουν και να έχουν οικονομική ελευθερία. Οικονομικά, σήμαινε ελεύθερη ατομική δραστηριότητα και πρωτοβουλία. Ήταν δηλαδή μία ελευθερία να βελτιώσει το άτομο την οικονομική του κατάσταση όσο ήθελε, ν' απολαμβάνει ελεύθερα τους καρπούς της εργασίας του και να κανονίζει τις υποθέσεις του με ελάχιστο κυβερνητικό παρεμβατισμό.

2. Laissez faire

Η φράση χρησιμοποιήθηκε πρώτα από τους Γάλλους και σήμαινε ότι η κυβέρνηση πρέπει "να μας αφήσει μόνους". Ειδικότερα, η κυβέρνηση δεν έπρεπε να διατάζει τα άτομα-ιδιώτες όσον αφορά τις εμπορικές δραστηριότητες, την ποσότητα που θα παραγόταν, την ποιότητα κ.λπ. Δεν σήμαινε βέβαια ότι ο κρατικός έλεγχος έπρεπε να εξαφανιστεί, αλλά να συρρικνωθεί, ώστε να προστατεύεται ο ατομικισμός. Οι φιλόσοφοι αυτοί, υποστήριζαν ότι η ευτυχία και οικονομική ευρωστία του ατόμου και της κοινωνίας μπορούσε να εξασφαλιστεί ασφαλέστερα και αρτιότερα μέσω της ατομικής πρωτοβουλίας παρά μέσω της κρατικής υπαγόρευσης.

3. Ελεύθερη οικονομία

Αν όμως οι κρατικοί φραγμοί εξαφανίζονταν με την εφαρμογή μιας πολιτικής "Laissez faire", το αποτέλεσμα θα ήταν χάος ή τάξη; Η ερώτηση αυτή απασχόλησε έναν Άγγλο καθηγητή ηθικής φιλοσοφίας τον Adam Smith (1723 - 1790), ο οποίος τελικά πρότεινε το σύστημα

της ελεύθερης οικονομίας. Η βάση της θεωρίας του "Laissez faire" δεν ήταν μονάχα οικονομική, αλλά ταυτόχρονα πολιτική. Η στενή σχέση τους δείχνεται στον όρο "πολιτική οικονομία". Ο Adam Smith, απέδειξε ότι η ενεργός ανάμειξη της κυβέρνησης στην οικονομική ζωή του πολίτη θα εξέθετε σε κίνδυνο τη φυσική τάση των ανθρώπων να λάβουν την μεγαλύτερη δυνατή ανταμοιβή από περιορισμένες πηγές.

Αυτό σήμαινε ότι ήταν αντίθετος από τις απόψεις των μερκαντιλιστών. Για τον Smith, ο πλούτος του κράτους δεν είναι το χρήμα αλλά η ικανότητά του να παράγει υλικά αγαθά και να εξασφαλίζει τις ανέσεις και τις ευκολίες για τη ζωή. Το χρήμα είναι απλώς ένα μέσο ανταλλαγής των υλικών αγαθών. Η παραγωγικότητα εξαρτάται από το επίπεδο απόδοσης της εργατικής δύναμης. Υποστήριζε ότι η εξειδίκευση και η κατάλληλη κατάρτιση του εργατικού δυναμικού συντελεί στην αύξηση και απόδοση της παραγωγικότητάς τους. Αυτή η εξειδίκευση βέβαια, συντελείται σε ειδικά σχολεία και με τη σκέψη αυτή αυτομάτως συνδέεται η άποψη ότι ανάμεσα στην εκπαίδευση και την οικονομία υπάρχει στενή σχέση και είναι ο πρώτος που την επεσήμανε.

Ο A. Smith δεν πίστευε, όπως οι μερκαντιλιστές, ότι η δύναμη ενός κράτους στηρίζεται στον πλούτο και ήταν αντίθετος με την άποψη ότι το κράτος έπρεπε να ασκεί ειδική οικονομική πολιτική για την αύξηση του πλούτου αποτέλεσμα της οποίας θα ήταν η αύξηση της δύναμής του. Αντίθετα, υποστήριζε ότι οι οικονομικοί παράγοντες πρέπει να αφεθούν ελεύθερα για να αναπτύσσουν τις οικονομικές τους πρωτοβουλίες.

Με την έννοια αυτή το δόγμα laissez faire είχε το νόημα ότι το κράτος έπρεπε να αποφεύγει τη ρύθμιση θεμάτων των επιχειρήσεων και να τις αφήνει να δρουν ελεύθερα χωρίς καμία παρέμβαση. Όλα αυτά, βεβαίως, τα στήριζε στην πίστη του ότι η Πολιτεία και η Οικονομία

έχουν διαφορετικούς σκοπούς και άρα έπρεπε να επιδιώξουν την επίτευξη αυτών των σκοπών ανεξάρτητα η μία από την άλλη.

4. Εφαρμογή των ιδεών της ελεύθερης οικονομίας και του *Laissez faire*

Ο κόσμος ήταν επιδεκτικός στη φιλοσοφία του ατομικισμού και της ελεύθερης οικονομίας που έγινε πραγματικότητα με τη δημιουργία εφαρμόσιμων συστημάτων που θα καθοδηγούσαν τον οικονομικό πολιτικό βίο. Πολύ καλή ήταν η υποδοχή του έργου του Adam Smith, "Ο πλούτος των εθνών". Πράγματι, η πολιτική του οικονομία είχε μια πολύ βαθιά επιρροή στους κύκλους των επιχειρηματιών. Αυτοί ήταν ευχαριστημένοι να έχουν τις ευλογίες ενός μελετητή για την κυριαρχική τους θέση μέσα στην κοινωνία, μιας θέσης, που αν και προϋπήρχε, δεν ήταν γενικά αναγνωρισμένη. Καλωσόρισαν μια άνετη λογική βάση για την επιδίωξη του δικού τους προσωπικού κέρδους καθώς και μια επεξήγηση σύμφωνα με την οποία η επιδίωξη κερδών δεν είχε τη στενή συμφεροντολογική έννοια.

Ο Adam Smith, ο επικαλούμενος "πατέρας της πολιτικής οικονομίας", μαζί με τον David Ricardo (1773-1823), είναι οι ιδρυτές της λεγόμενης Κλασικής Σχολής, γιατί συστηματοποίησαν με τη θεωρία τους την οικονομική επιστήμη και επηρέασαν πολύ τη διαμόρφωση της μετέπειτα οικονομικής σκέψης. Άλλοι οικονομολόγοι, οι οποίοι διατύπωσαν σημαντικές απόψεις σχετικές με την οικονομική ανάπτυξη είναι οι Thomas Malthus (1766-1834), John Stuart Mill (1806-1873) που έγραψε τις "Αρχές Πολιτικής Οικονομίας" (1848), ο Alfred Marshall, ο Αυστριακός Joseph Schumpeter, που αναπτύσσει τις απόψεις του στο κλασικό του έργο «Η θεωρία της οικονομικής εξελίξεως» (1911), και

πολλοί άλλοι.

Εκείνος όμως που έδωσε νέο προσανατολισμό στην οικονομική πολιτική και στον τομέα της οικονομικής ανάπτυξης ήταν ο John Maynard Keynes. Ο John K. Galbraith, ο οποίος προλόγισε την αμερικανική έκδοση της "Γενικής Θεωρίας", που δημοσιεύθηκε το 1965, του J. Keynes γράφει ότι *"η Κεϋνσιανή επανάσταση υπήρξε από κοινωνικής απόψεως ένα από τα μεγαλύτερα σύγχρονα επιτεύγματα"*. Οι επαναστατικές καινοτομίες του J. Keynes που αναφέρονται στη νέα οικονομική σκέψη, στη μακρο-οικονομική ανάλυση και στη νέα αποστολή του κράτους αποτελούν τη βάση για τη σύγχρονη οικονομική ανάπτυξη.

Τέλος, αναφέρουμε εδώ, ότι η επίδραση του Karl Marx (1818-1883) στη διαμόρφωση της οικονομικής σκέψης και πολιτικής ήταν τεράστια. Αλλά, όπως είναι γνωστό, ο μαρξισμός κινείται σε διαφορετικά επίπεδα σε ότι αφορά την εξέλιξη της κεφαλαιοκρατικής οικονομίας, την επίδραση των ιστορικών και πολιτιστικών παραγόντων, την πάλη των τάξεων και την αλληλεξάρτηση των τομέων της οικονομίας στη διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης.

Ο Μαρξισμός είναι ένα πολυδιάστατο, πολύπλευρο και πολυσχιδές φιλοσοφικό, οικονομικό και κοινωνικό σύστημα του οποίου η μελέτη και συστηματική ανάλυση δεν οριοθετείται στα πλαίσια αυτής της εργασίας. Εδώ αναφέρεται γιατί η παρουσία του έπαιξε σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη της οικονομικής σκέψης, αφού πολλές κοινωνίες επηρεάστηκαν από τις φιλοσοφικές, κοινωνικές και οικονομικές αντιλήψεις του.

1.8. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΜΟΡΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΖΩΗ

Η θέση της οικονομίας στη ζωή των σύγχρονων κοινωνιών είναι πρωταρχική γι' αυτό έχουμε κατακόρυφη οικονομική εξέλιξη ιδιαίτερα μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο. Οι παράγοντες που συνετέλεσαν σ' αυτή την εξέλιξη ήταν κυρίως δύο: η αλματώδης τεχνολογική ανάπτυξη που συνέβαλε σημαντικά στην αύξηση και παραγωγικότητα και η εμφάνιση νεώτερων και σύγχρονων οικονομικών θεωριών, μελετών και ερευνών που οδήγησαν στην συστηματική καλλιέργεια και προώθηση των οικονομικών επιστημών.

Σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές μεταβολές στον τομέα της οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης με αποτέλεσμα η οικονομική ζωή να παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: Συνένωση μικρών επιχειρήσεων σε τεράστιες παραγωγικές μονάδες με στόχο τη μείωση του κόστους παραγωγής και αύξηση του κέρδους. Εδώ πρέπει να επισημάνουμε πως αρκετοί μελετητές υποστηρίζουν ότι οι μελλοντικές προοπτικές απαιτούν επάνοδο στις μικρές παραγωγικές μονάδες γιατί δημιουργούν καλύτερες προϋποθέσεις συνθηκών εργασίας, ατομικής και ομαδικής ελευθερίας, κατάργηση της γραφειοκρατίας κ.λπ.

Όποια όμως μορφή και να πάρει η επιχείρηση η εκπληκτική εξέλιξη της τεχνολογίας δημιούργησε ποικιλία επαγγελμάτων και ειδικοτήτων με αποτέλεσμα να δημιουργούνται νέες ανάγκες στην οργάνωση και διοίκηση των επιχειρήσεων. Προς το σκοπό αυτό η οικονομική επιστήμη εφευρίσκει καινούργιους κλάδους διοίκησης καταργεί τις κάθετες και οριζόντιες ιεραρχίες, συγκροτεί ομάδες

εργασίας μεταξύ διαφόρων ειδικοτήτων και επιστημονικών κλάδων, αποκεντρώνει το διοικητικό σύστημα, ενισχύει τη συμμετοχή και προωθεί το πρότυπο του ανθρώπου της συνεργασίας. Με άλλα λόγια η σύγχρονη επιχείρηση έχει αντιληφθεί την καταπληκτική ταχύτητα με την οποία γίνονται οι αλλαγές σ' όλους τους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής και προσαρμόζει ανάλογα την παραγωγή, αλλά και την οργάνωση και διοίκηση προς τα νέα δεδομένα.

Επειδή ο ρόλος της οικονομίας γίνεται σήμερα απόλυτα πρωταρχικός έχουν δημιουργηθεί νέες συνθήκες ανάπτυξης και λειτουργίας τραπεζικού και πιστωτικού συστήματος σε εθνική αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα. Από το άλλο μέρος ανάμεσα στα πολιτικά και οικονομικά συστήματα αναπτύσσονται στενές σχέσεις έτσι ώστε κάθε πολιτικό σύστημα να χαρακτηρίζεται και από το αντίστοιχο οικονομικό. Αυτό έχει ως στόχο την καλύτερη συνεργασία πολιτείας και οικονομικών συστημάτων για την ανάπτυξη της οικονομικής ζωής. Εξάλλου σήμερα η πολιτεία, ανάλογα με το πολιτειακό σύστημα που ακολουθεί, επεμβαίνει και παρεμβαίνει αλλού περισσότερο και αλλού λιγότερο ενισχύει ή αποθαρρύνει την ιδιωτική πρωτοβουλία ή την ανάπτυξη δημόσιας οικονομίας. Αυτός λέγεται "κρατικός παρεμβατισμός" και έχει αποφασιστικές επιδράσεις στον τομέα της οικονομικής ζωής. Το θέμα όμως αυτό το αναλύουμε σε άλλο κεφάλαιο.

Η σύγχρονη όμως οικονομική δραστηριότητα δεν περιορίζεται στα στενά όρια ενός κράτους. Έτσι, ιδιαίτερα μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο, αναπτύχθηκαν οι διεθνείς και διακρατικές σχέσεις και οργανώθηκαν τεράστιες πολυεθνικές εταιρείες και εμφανίσθηκαν οι Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί, οι οποίοι έχουν ως βασική επιδίωξη την κατάλληλη αντιμετώπιση των πάσης φύσεως οικονομικών προβλημάτων των κρατών-μελών τους.

Η ανάπτυξη του εσωτερικού και εξωτερικού εμπορίου είναι μια άλλη όψη της οικονομικής ζωής της ανθρώπινης κοινωνίας. Ήταν ανάγκη να αναπτυχθεί το εμπόριο γιατί έπρεπε να γίνει η διακίνηση των οικονομικών αγαθών της παραγωγής αφ' ενός και αφ' αφετέρου η διάθεσή τους. Η τελευταία στηρίχθηκε στη διαφήμιση η οποία τα τελευταία χρόνια "μπήκε για καλά" στα νοικοκυριά όλου του κόσμου. Στόχος της είναι η ευκολότερη διάδοση και κατανάλωση των διάφορων προϊόντων. Η αλήθεια είναι ότι ο τομέας της διαφήμισης σήμερα έχει πετύχει σε μεγάλο βαθμό το στόχο του. Το γεγονός ότι η σύγχρονη κοινωνία χαρακτηρίζεται σαν "καταναλωτική" και δεν χαρακτηρίζεται μόνο αλλά είναι και τέτοια, το οφείλει κατά μεγάλο ποσοστό, στην καλή "δουλειά" που κάνει η διαφήμιση.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε ότι στις μεταβιομηχανικές κοινωνίες η παραγωγή μπαίνει σε ατομική βάση και σχετίζεται με την ψυχολογία του ατόμου της εποχής μας. Το άτομο έχει τάσεις διαφοροποίησης από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Υπάρχει μέσα του ένα κενό, μία ψυχολογική "έλλειψη" και επιθυμεί να την καλύψει. Η επιχείρηση έχει συλλάβει καλά αυτή την ψυχολογία και αναλόγως δραστηριοποιείται, δημιουργεί τεχνητές εξατομικευμένες ανάγκες στους καταναλωτές, παράγει στη συνέχεια διαφορετικά καταναλωτικά πρότυπα και ασκώντας ψυχολογική βία, μέσω της διαφήμισης, αυξάνει τις πωλήσεις της.

Η σύγχρονη οικονομία έχει εκπληκτικές διαστάσεις και διαφεντεύει τη ζωή των ανθρώπων. Κυριαρχεί, είναι παντοδύναμη, πανίσχυρη. Ο άνθρωπος έχει παραγκωνιστεί και ως καταναλωτής δεν έχει κανένα λόγο ούτε στο τι θα παραχθεί, το πώς θα παραχθεί, το πού θα παραχθεί, το πόσο θα παραχθεί. Αυτό το αποφασίζει ο παραγωγός, η επιχείρηση, η πολυεθνική εταιρεία' πρώτα δηλαδή παράγεται το προϊόν

και ύστερα ο άνθρωπος, το υποκείμενο δηλαδή της κατανάλωσης πρώτα παράγεται το προϊόν και μετά δημιουργείται η ανάγκη. Δεν προσανατολίζει η ζήτηση την παραγωγή αλλά η παραγωγή δημιουργεί και προσανατολίζει τη ζήτηση, γιατί η μαζική παραγωγή είναι αδιανόητη χωρίς την προκαταβολική εξασφάλιση της διάθεσης των παραγομένων προϊόντων (Δ. Τσαούση, 1987, 621 κ.ε.). Ο καταναλωτισμός είναι μια από τις μορφές εξασφάλισης αυτής της ζήτησης. Τίποτε δεν αφήνεται στην τύχη του και τίποτα δεν εκτιμάται αυθαίρετα στο χώρο του οικονομικού προγραμματισμού.

Και ο άνθρωπος τι ρόλο παίζει μέσα σ' αυτή τη διαδικασία παραγωγής - ζήτησης - κατανάλωσης και αντίστροφα; Αυτή η επιστημονικά μελετημένη και μεθοδικά σχεδιασμένη παραγωγική και καταναλωτική «ιεροτελεστία» της σύγχρονης εποχής έχει άραγε ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα; Βοήθησε τον άνθρωπο να λύσει τα βιοτικά και υπαρξιακά του προβλήματα; Με άλλα λόγια ποια είναι η φυσιογνωμία του σύγχρονου οικονομικού ανθρώπου και ιδιαίτερα ποια τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του νεοέλληνα;

1.9. Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΑΦΘΟΝΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΝΘΡΩΠΟΣ

Οι διαπιστώσεις, οι επισημάνσεις και τα συμπεράσματα των ειδικών ερευνητών αυτής της πλευράς της ανθρώπινης ζωής είναι απογοητευτικά, ανησυχητικά. Ο σύγχρονος άνθρωπος μπορεί να έλυσε μερικώς τα οικονομικά του προβλήματα - αν και υπάρχουν πολλές επιφυλάξεις γι' αυτό πέρασε όμως, χωρίς να το αντιληφθεί, στη δουλεία

της καταναλωτικής κοινωνίας. Ειδικότερα η Ελληνική κοινωνία πέρασε στη σύγχρονη βιομηχανική κοινωνία, γυμνή, άοπλη, ανίκανη να αντιδράσει γι' αυτό και υποδουλώθηκε στις απολαύσεις της.

Η ίδια η καταναλωτική κοινωνία, ως οργανωμένο σύστημα και τρόπος ζωής, σκοπεύει προγραμματισμένα στη δημιουργία παθητικών ατόμων - φορέων αυτής της κοινωνίας. Ο μηχανοποιημένος ρυθμός αύξησης του εισοδήματος κολακεύει την ανθρώπινη μαιταιοδοξία, δημιουργεί καταναλωτικές δυνατότητες του ατόμου. Όποιος δηλαδή έχει και μπορεί να καταναλώνει περισσότερα στέκεται ψηλότερα στην ιεραρχία της κοινωνίας. Η κατανάλωση, αποκλειστικό ιδανικό της σημερινής ζωής των νεοελλήνων και μοναδικός στόχος των πολιτικών προγραμμάτων, δηλητηριάζει κάθε ημέρα όλο και περισσότερο τη ζωή μας και μας περισφίγγει μέσα σε μία θανατική ασφυξία.

Το πρόβλημα είναι κοινωνικό και μάλιστα χαρακτηριστικό της σύγχρονης βιομηχανικής κοινωνίας η οποία δεν επιβιώνει χωρίς τη συνεχή δημιουργία νέων αναγκών κατανάλωσης που η ίδια αναλαμβάνει να ικανοποιήσει Έτσι για να υιοθετηθούν αυτές οι ανάγκες από τις μάζες λειτουργεί ο υπνωτιστικός μηχανισμός της διαφήμισης και προγραμματίζεται με επιστημονικό τρόπο η εμπλοκή του ανθρώπου στην πυρετώδη επιδίωξη αύξησης του εισοδήματος για να ανταποκριθεί στις ανάγκες του που είναι τεχνητές.

Με το φαινόμενο αυτό έχουν ασχοληθεί εθνολόγοι, κοινωνιολόγοι και ψυχολόγοι και έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι αυτή η ανεξέλεγκτη βουλιμία του σύγχρονου ανθρώπου για απόκτηση και κατανάλωση υλικών αγαθών είναι μια πάνδημη ασθένεια του σύγχρονου πολιτισμού.

Βέβαια ο ακραίος καταναλωτισμός είναι μια μόνο πτυχή της σύγχρονης κοινωνίας. Την απομονώσαμε εδώ γιατί συνδέεται άμεσα με

την οικονομία και την επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύξαμε σ' αυτό το κεφάλαιο επιδιώκοντας να φωτίσουμε και κοινωνιολογικά την κατάσταση της σύγχρονης κοινωνίας. Αν βέβαια σ' αυτόν τον καταναλωτισμό προσθέσουμε και τις άλλες "ασθένειες" του πολιτισμού, όπως είναι το αφιόνι της πνευματικής αποχαύνωσης, η αλλοτρίωση του ανθρώπου, οι κοινωνικές αναταραχές, η αδικία και η βία, η θρησκευτική αδιαφορία, η απουσία των υπαρκτικών προβλημάτων που σχετίζονται με την ποιότητα της ζωής, η άστοχη και κακή εν γένει αντιμετώπιση των διαφόρων κοινωνικών προβλημάτων και τόσες άλλες ατέλειες θα διαπιστώσουμε ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει χάσει τον προσανατολισμό του. Ιδιαίτερα η Ελληνική κοινωνία, εξαιτίας αυτών και πολλών άλλων αδυναμιών που συνδέονται άμεσα με την ιστορία και την πολιτιστική παράδοση του τόπου, κινδυνεύει να απολέσει την εθνική της ταυτότητα και τη σωστή πολιτιστική της πορεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΘΕΩΡΙΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1. Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ. ΈΝΝΟΙΑ

Η επιστήμη της διοίκησης περιγράφει, αναλύει, εξηγεί και προβλέπει τα φαινόμενα της οργάνωσης καθώς και τη συμπεριφορά του ανθρώπου για την επίτευξη των σκοπών αυτής της διαδικασίας. Η μελέτη της διοίκησης γίνεται κατά τρόπο αντικειμενικό και εστιάζεται στις μεθόδους οργάνωσης, στην πορεία της εργασίας, τη διοικητική συμπεριφορά, την προσαρμογή των ατόμων στο περιβάλλον, την ατομική και συλλογική συμπεριφορά, τα κίνητρα και τα ενδιαφέροντα, τον προγραμματισμό κ.λπ. Οι μεταβλητές αυτές συσχετίζονται με τα αίτια και τα αποτελέσματα και έτσι διατυπώνονται προτάσεις για μελλοντικές αλλαγές με στόχο την καλύτερη αποτελεσματικότητα.

Η διοίκηση είναι επιστήμη και τέχνη. Καλύτερα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η επιστήμη εφαρμογής που βασίζεται στην αλληλεξάρτηση μεταξύ επιστήμης και τέχνης γιατί, ενώ δεν αγνοεί τα επιστημονικά ευρήματα, συγχρόνως δεν τα δέχεται χωρίς αξιολόγηση (Μ. Ζαβλανού 1984, Τ.Α., 16). Η οργάνωση και διοίκηση έχει εφαρμογή σε πολλές ανθρώπινες δραστηριότητες και οι αρχές της εφαρμόστηκαν από τους αρχαιότερους λαούς της γης.

Ακολούθως θα αναφερθούμε στις σημαντικότερες θεωρίες διοίκησης των επιχειρήσεων γιατί οι τεχνικές τους εφαρμόζονται ακόμη

και σήμερα.

2.2. ΤΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Θεμελιωτής του επιστημονικού μάνατζμεντ θεωρείται ο Frederick Taylor (1856 - 1915), ο οποίος προσπάθησε να χρησιμοποιήσει αποτελεσματικότερα τον άνθρωπο στη βιομηχανική παραγωγή. Μηχανικός και κορυφαίος σύμβουλος της Αμερικάνικης βιομηχανίας με τεράστια πείρα και γνώσεις πίστευε ότι ήταν δυνατόν να προγραμματιστεί η εργασία των ανθρώπων με τέτοιο τρόπο ώστε να εργάζονται και να αποδίδουν όπως οι μηχανές. Ο άνθρωπος - μηχανή είναι το μυστικό του επιστημονικού μάνατζμεντ. Για την επιτυχία αυτού του στόχου έπρεπε, κατά τον Taylor, να ανακαλυφθεί και εφαρμοστεί η καλύτερη μέθοδος που θα προέκυπτε από επιστημονική έρευνα και όχι από εμπειρικές καταθέσεις των εργατών. Με τη μέθοδο αυτή θα γινόταν ο εργάτης παραγωγικότερος.

Πολλοί θεωρούν ότι η θεωρία του δεν έχει ανθρωπιστικό χαρακτήρα. Ο ίδιος όμως πίστευε ότι η θεωρία του και η τεχνική του ήταν ωφέλιμες για τη διοίκηση και τον εργάτη γιατί θα βελτίωναν τις σχέσεις τους και θα άμβλυναν τις αντιθέσεις και τις συγκρούσεις στο χώρο της βιομηχανίας.

Οι αρχές της επιστημονικής διοίκησης διατυπώθηκαν το 1911 από τον Taylor και είναι οι εξής:

- Η εργασία πρέπει να μελετηθεί με προσοχή και να καταγραφούν οι γνώσεις γύρω απ' αυτή. Μετά τη λήψη όλων των πληροφοριών, η εργασία θα διέπεται από κανόνες που θα εφαρμόζονται για την εύρεση του αποτελεσματικότερου τρόπου εκτέλεσης όλων των εργασιών.

- Δεύτερη αρχή είναι ο προσδιορισμός των δυνατοτήτων του εργάτη. Μετά την εκτίμηση των δυνατοτήτων, καλλιεργούνται όλες οι δεξιότητες που απαιτούνται για να έχει καλύτερη απόδοση στην εργασία του. Η εφαρμογή αυτής της αρχής στηρίζεται στην άποψη ότι μέχρι την εποχή του οι βιομήχανοι ενώ γνώριζαν καλά την αποδοτικότητα της μηχανής τους, αγνοούσαν εντελώς τις οριακές σωματικές και ψυχικές δυνάμεις των εργαζομένων.
- Η επιλογή του κατάλληλου εργάτη στην ανάλογη θέση ήταν η τρίτη αρχή του Taylor. Η αρχή αυτή συνδυάζεται με τις δυνατότητες του εργάτη, την παροχή οικονομικών και άλλων κινήτρων καθώς και εξεύρεση τρόπων για τη μείωση της κόπωσης του εργαζόμενου. για την αύξηση της παραγωγικότητας.
- Τέλος ο καταμερισμός της εργασίας αποτελεί τη σπουδαιότερη φροντίδα της διοίκησης.

Στη θεωρία του ο Taylor υποστηρίζει ότι ο άνθρωπος συνδέει την εργασία του κυρίως με οικονομικές παροχές. Νεότερες όμως έρευνες απέδειξαν ότι ο άνθρωπος, εκτός από τις οικονομικές ανάγκες, έχει και άλλες αναζητήσεις και απαιτήσεις που συνδέονται περισσότερο με την προσωπικότητά του.

2.3. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

Ο Γάλλος βιομήχανος, μεταλλειολόγος μηχανικός Henri Fayol (1841 - 1925) έδωσε μεγάλη έμφαση στα υψηλά ιεραρχικά επίπεδα της οργανωσιακής και διοικητικής πυραμίδας. Από την εποχή (1916) που κυκλοφόρησε το περίφημο έργο του με τίτλο Administration industrielle Generale θεωρείται ο "πατέρας" της διοίκησης.

Η διοικητική θεωρία του Fayol παρουσιάζει πολλά κοινά σημεία με εκείνη του Taylor και στηρίζεται σε πέντε λειτουργίες της διοίκησης και σε 14 αρχές.

Οι πέντε λειτουργίες είναι:

- Ο προγραμματισμός,
- Η οργάνωση,
- Η διεύθυνση,
- Ο συντονισμός και
- Ο έλεγχος.

Οι 14 αρχές της διοίκησης είναι: ο καταμερισμός της εργασίας, η εξουσία, η πειθαρχία, η σαφήνεια της εντολής, η σαφήνεια της καθοδήγησης, η υποταγή του ατομικού συμφέροντος στο γενικό συμφέρον, η αμοιβή του προσωπικού, ο συγκεντρωτισμός, η κλιμάκωση της εξουσίας, η τάξη, η ισοτιμία, η σταθερότητα της μονιμότητας του προσωπικού, η πρωτοβουλία και το ηθικό. Ο Fayol υποστήριζε ακόμα ότι η ευελιξία είναι βασικό προσόν του μάνατζερ, σε αντίθεση με τον Taylor που πίστευε σε αμετακίνητες αρχές.

2.4. ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟΚΡΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Ο όρος γραφειοκρατία συχνά εμπλέκεται σε διαδικασίες πολύπλοκες, αδρανείς και αναποτελεσματικές. Με άλλα λόγια σήμερα ο όρος εννοιολογικά ταυτίζεται με κακή διοίκηση και κακή εφαρμογή της εξουσίας. Η αρχική βέβαια σημασία της έννοιας δεν ήταν αυτή όπως θα δούμε στη συνέχεια.

Συστηματική ανάλυση της γραφειοκρατίας, ως συστήματος κοινωνικής οργάνωσης, κάνει ο σπουδαίος κοινωνιολόγος Max Weber (1864 - 1920).

Κατά τον Weber η γραφειοκρατία είναι ο τύπος της οργάνωσης που έχει σχεδιαστεί για να επιτελεί έργο μεγάλης κλίμακας και η δομή της εξουσίας βασίζεται στην ισχύ των ορθολογιστικών κανόνων και στην ύπαρξη ρυθμιστικών μηχανισμών. Η εξουσία, κατά τον Weber, αναφέρεται στη σχέση προσώπων, στην άσκηση ελέγχου, στη συμμόρφωση του υφισταμένου στον προϊστάμενο και αποτελεί ένα αξιοσημείωτο πρότυπο αλληλεπίδρασης. Κατά συνέπεια η εξουσία δεν παρέχεται από το τυπικό καταστατικό της οργάνωσης, αλλά πρέπει να εδραιώνεται στην πορεία της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, αν και η επίσημη γραφειοκρατική δομή διευκολύνει την εδραίωσή της.

Ο Weber υποστήριξε ότι τόσο η τοποθέτηση ενός ατόμου σ' ένα αξίωμα όσο και η προαγωγή του πρέπει να βασίζεται στην αξία του. Αυτό σημαίνει ότι κάθε θέση συμπληρώνεται από τον ικανότατο για τη θέση αυτή. Τα καθήκοντα και οι ευθύνες της θέσης καθορίζονται με βάση ορισμένες λογικές σχέσεις αλληλεξάρτησης μέσα στους κόλπους της οργάνωσης. Η εξουσία επομένως είναι μία σχέση αλληλεξάρτησης μεταξύ των θέσεων και δεν εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των ενδιαφερομένων (Μ. Ζαβλανού 1984, 55).

Το σύστημα της εξουσίας βασίζεται σε ορθολογιστικού τύπου κανόνες είναι πολύ κατάλληλο σε μία γραφειοκρατία, γιατί η έννοια της γραφειοκρατίας είναι ορθολογιστική. Οι σχέσεις μεταξύ κανόνων και θέσεων, έχουν ορθολογικά καταστρωθεί με κριτήριο την επίτευξη στόχων που βασίζονται στη δυνατότητα πρόβλεψης μιας σχέσης αιτίας-αποτελέσματος θεωρείται δεδομένο ότι η άσκηση της εξουσίας είναι απρόσωπη' πηγάζει από το αξίωμα (θέση) και όχι από το συγκεκριμένο πρόσωπο. Η όλη σχέση είναι γενικά απρόσωπη, είναι σχέση μεταξύ θέσεων και όχι ατόμων και βασίζεται σε γραπτούς, σταθμισμένους κανόνες και διαδικασίες.

Το γραφειοκρατικό σύστημα οργάνωσης και διοίκησης είναι πολύπλοκο, πολυσύνθετο. Στο χώρο της βιομηχανικής οργάνωσης λαβαίνει υπόψη του τους σκοπούς της βιομηχανίας, τις ανάγκες για προγραμματισμό, τα εσωτερικά προβλήματα της επιχείρησης, την εξειδίκευση, τους ρόλους, τη σύμμετρη συμμετοχή των παραγόντων της παραγωγής σ' όλες τις διαδικασίες, τις ικανότητες του ατόμου κ.λπ. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλει στη σωστή οργάνωση και διοίκηση μιας επιχείρησης, χωρίς να σημαίνει ότι δεν έχει υποστεί και αυστηρή κριτική στα σημεία της ακαμψίας του.

Οι Taylor, Fayol και Weber αποτελούν τους θεωρητικούς θεμελιωτές της κλασικής οργανωσιακής θεωρίας κατά την περίοδο 1900 - 1930.

2.5. ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ (1930 - 1950)

Στη δεκαετία του 1920 ξεκίνησαν οι έρευνες για την επίδραση των ανθρώπινων σχέσεων στη παραγωγική διαδικασία. Στο εργοστάσιο της Western Electric Company στην περιοχή του Σικάγου και συγκεκριμένα στο τμήμα Hawthorne, μία ομάδα καθηγητών με επικεφαλής τον Elton Mayo, (1880 - 1949) άρχισε πείραμα με αρχικό σκοπό τη διερεύνηση των επιπτώσεων του φυσικού περιβάλλοντος (φωτισμού) στον τόπο εργασίας. Το πείραμα απέδειξε ότι δεν υπήρχε άμεση σχέση μεταξύ της έντασης του φωτισμού και της απόδοσης των εργαζομένων. Κατόπιν αυτού, και αφού επανέλαβαν τα πειράματα μεταβάλλοντας διάφορες μεταβλητές, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζει περισσότερο τις συνθήκες εργασίας περισσότερο από το φυσικό. Νέες έννοιες ήλθαν τώρα στο φως, όπως το ηθικό του προσωπικού, οι σχέσεις τους μεταξύ τους, η δυναμική των ομάδων, τα κίνητρα, η δημοκρατική επίβλεψη. Το κίνημα αυτό των ανθρωπίνων σχέσεων έδωσε έμφαση στους ανθρώπινους και διαπροσωπικούς παράγοντες στον τομέα διοίκησης των επιχειρήσεων.

Οι μελέτες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η επιχείρηση είναι μία μικροκοινωνία μέσα στην οποία πρέπει να καταξιωθεί ο "κοινωνικός άνθρωπος". Οι ψυχολογικές και συναισθηματικές καταστάσεις των εργαζομένων, η συμμετοχή τους στη λήψη αποφάσεων, η επικοινωνία σ' όλες τις βαθμίδες της ιεραρχίας, ο περιορισμός του ελέγχου και ό,τι αφορά την ψυχοκοινωνική προσωπικότητα του ανθρώπου επηρεάζουν την απόδοσή του. Δίνουν λοιπόν έμφαση και προσεγγίζουν με βάση τις ανθρώπινες σχέσεις κυρίως τις κοινωνικές ανάγκες σε αντίθεση προς την

"επιστημονική" προσέγγιση του μάνατζμεντ που στρέφεται περισσότερο στον κίνητρο του οικονομικού παράγοντα.

Μετά το 1950 επικρατεί η θεωρία της διοίκησης από την άποψη της συμπεριφοράς με εισηγητές τους Chester Barnard (1938) και H. Simon (1947), η σχολή της οργανωτικής ανάπτυξης που οργάνωσε ο Kurt Lewin και οι συνεργάτες του και η θεωρία των αλληλοεξαρτήσεων η οποία επιχειρεί μία διεπιστημονική και πολυδιάστατη θεώρηση των επιχειρήσεων.

Σήμερα αναζητούνται αποδοτικότεροι τρόποι διοίκησης και οργανωσιακής δομής που θα ανταποκρίνεται στις περιστάσεις και ανάγκες της σύγχρονης κοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

3.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

Σε ό,τι αφορά το εννοιολογικό περιεχόμενο του όρου "δύναμη" υπάρχει γενικά μια συμφωνία των ειδικών. Σε ό,τι αφορά όμως τη σημασία και το περιεχόμενο του όρου μέσα σ' ένα επιχειρησιακό οικοδόμημα υπάρχουν πολλές αντίθετες απόψεις και κατά συνέπεια ευρύτατη ασυμφωνία.

Κατά ένα γενικό ορισμό δύναμη είναι η ικανότητα ενός ατόμου, μιας ομάδας ή μιας κοινωνίας να επηρεάσει άμεσα ή έμμεσα τη συμπεριφορά άλλων ατόμων, ομάδων ή κοινωνιών για να προσαρμοστούν στις δικές τους απαιτήσεις. Οι ομάδες οι οποίες επιχειρούν να επιδείξουν τη δύναμή τους και να την επιβάλλουν χρησιμοποιούν διάφορους μηχανισμούς παραγωγής δύναμης όπως, την εξουσία, την πίεση, την κυριαρχία, την επιρροή, το γόητρο κ.λπ. και για να δικαιολογήσουν την επιβολή τους υποστηρίζουν ότι η δύναμη αποτελεί αναγκαίο κοινωνικό κακό.

Εν τούτοις παράλληλα προς την απλοποιημένη αυτή άποψη οι σύγχρονες αντιλήψεις και θέσεις για τη δύναμη εξετάζουν και αναλύουν το περιεχόμενό της κάτω από ένα ευρύτερο φάσμα συσσωρευμένης κοινωνικής πείρας και καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η δύναμη αποτελεί ένα μέσο επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων.

Έτσι, και σύμφωνα πάντοτε με τις σύγχρονες αντιλήψεις, η δύναμη είναι μία πηγή της κοινωνίας μέσω της οποίας μπορεί κανείς να επιλύσει ορισμένα κοινωνικά προβλήματα γιατί η χρήση της έχει θετικά και αρνητικά στοιχεία.

Κατά μία άλλη άποψη η δύναμη είναι βασικά μία αμοιβαία σχέση μεταξύ δύο ατόμων, ατόμου και ομάδας ή και μεταξύ ομάδων και βασίζεται σ' ένα επίπεδο διαπροσωπικών σχέσεων και τάσεων.

Τέλος η δύναμη όπως και ο πλούτος δεν έχει χαρακτήρα στατικό σε ποσότητα αλλά διαρκώς αυξάνεται ή μειώνεται ανάλογα με τις κρατούσες κοινωνικές καταστάσεις και παραμέτρους που επηρεάζουν τη φύση της.

3.2. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

Η δύναμη της επιχείρησης ασκείται κυρίως στους εξής χώρους:

Η επιχείρηση έχει οικονομική δύναμη' αυτό σημαίνει ότι ο επιχειρηματίας έχει τη δυνατότητα να επηρεάζει γεγονότα, να αναπτύσσει δραστηριότητες, να ελέγχει οικονομικές πηγές και γενικά να θεωρείται μία μονάδα που παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή μιας κοινωνίας.

Η πολιτιστική και κοινωνική δύναμη είναι μια ικανότητα άσκησης επιρροής σε κοινωνικούς τομείς, σε αξίες και συστήματα. Επηρεάζει τους κοινωνικούς θεσμούς, όπως π.χ. την οικογένεια, τις πολιτιστικές αξίες, τα ήθη και έθιμα μιας κοινωνίας, την κουλτούρα, τον τρόπο ζωής κλ.π. Ακόμη η επιχείρηση ασκεί τη δύναμή της πάνω στα άτομα τα οποία έχουν άμεση σχέση με το χώρο της, όπως είναι τα στελέχη, οι μέτοχοι, οι προμηθευτές κλ.π.

Η τεχνολογική δύναμη συνδέεται με την άσκηση επιρροής της επιχείρησης στην εξέλιξη της τεχνολογίας, η δε περιβαλλοντική σχετίζεται με τη σύγκρουση των πράξεων μιας εταιρείας με τα στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος, όπως η μόλυνση νερού, εδάφους και αέρα καθώς και με τη χρήση των πηγών ενέργειας.

Τέλος η πολιτική δύναμη της επιχείρησης είναι προφανής και κινείται στη σφαίρα της δημόσιας διοίκησης, πολιτικών αποφάσεων, σύνταξης νόμων κλ.π.

Είναι βέβαια ευνόητο ότι οι παραπάνω περιοχές συνδέονται μεταξύ τους και ότι η δύναμη της επιχείρησης σε μια περιοχή επηρεάζει οπωσδήποτε και μια άλλη. Η τεχνολογική π.χ. ανάπτυξη μιας επιχείρησης θα επηρεάσει τόσο την οικονομική της δύναμη όσο και τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες. Εξάλλου μία μελετημένη χρήση και άσκηση της πολιτικής δύναμης είναι φυσικό να έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της οικονομίας κ.ο.κ.

3.3. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πόση όμως είναι η δύναμη μιας επιχείρησης; Οι ειδικοί δεν απαντούν με ακρίβεια σ' αυτό το ερώτημα γιατί δεν είναι μετρήσιμη με ακριβή στοιχεία η δύναμη μιας οικονομικής κοινότητας. Υπάρχουν βέβαια ορισμένες ποσοτικές μετρήσεις, όπως π.χ. τα περιουσιακά στοιχεία, αλλά αυτά δεν είναι απόλυτα, αλλά σχετικά ενδεικτικά σημεία δύναμης.

Παρ' όλη όμως αυτή την αδυναμία και δυσχέρεια να μετρηθεί με

ακρίβεια η δύναμη της επιχείρησης δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι αυτός ο θεσμός έχει και ασκεί μεγάλη δύναμη. Μία μεγάλη π.χ. πολυεθνική εταιρεία μπορεί να αλλάξει ριζικά με τις επενδύσεις της την οικονομική και κοινωνική δομή μιας μικρής κοινωνίας, αλλά μπορεί συνάμα να διαταράξει την ισορροπία της χρηματιστηριακής κίνησης και μιας μεγάλης και οικονομικά εύρωστης χώρας.

Υπάρχουν ανθρώπινες κοινότητες που η ζωή τους εξαρτάται άμεσα από την ύπαρξη μιας συγκεκριμένης επιχείρησης, η οποία με το μέγεθός της έχει τη δύναμη και τον τρόπο να αναπτύξει μεγάλη πολιτική και κοινωνική δραστηριότητα και έτσι να ασκήσει τεράστια επιρροή στη λήψη σημαντικών αποφάσεων που αφορούν τη ζωή της κοινότητας. Όταν π.χ. μια μεγάλη εταιρεία κινεί μεγάλα κεφάλαια για να υποστηρίξει ή εμποδίσει την ψήφιση νόμων είναι προφανές ότι επηρεάζει τις πολιτικές αποφάσεις της εξουσίας.

Γενικά, υποστηρίζεται ότι η επιχείρηση έχει τεράστια δύναμη, την οποία κάθε φορά και ανάλογα με τα συμφέροντά της, περιορίζει ή αυξάνει. Σε κάθε δημόσια αντιπαράθεση και διαμάχη, η επιχείρηση δεν μένει ουδέτερη, παίρνει θέση και με το δικό της τρόπο ενεργεί για να διατηρήσει τη δύναμή της.

Σε πολλές σύγχρονες οικονομικές θεωρίες, υπάρχει διάχυτη η νοσταλγία για επιστροφή στις απλές οικονομίες όπου οι επιχειρήσεις ήταν μικρές, χωρίς ανταγωνιστικές διαθέσεις και χωρίς να έχουν υπερβολικά μεγάλη συγκεντρωμένη οικονομική δύναμη στα χέρια τους. Αυτή η τάση προέρχεται από την ανησυχία, ότι οι γιγαντιαίες σήμερα οικονομικές μονάδες, ελέγχουν με την οικονομική τους δύναμη το μεγαλύτερο ποσοστό του ενσωματωμένου πλούτου μιας χώρας. Αυτό είναι βέβαια γεγονός, αλλά σύγχρονα στατιστικά επιστημονικά δεδομένα δείχνουν, ότι η μονοπωλιακή συγκεντρωμένη οικονομική

δύναμη, στις ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες (Η.Π.Α. κ.λπ.), δεν έχει χρησιμοποιηθεί καταχρηστικά και τούτο γιατί σημασία έχει, πώς χρησιμοποιεί ένας επιχειρησιακός οργανισμός τα κεφάλαιά του και όχι πόσα διαθέτει.

Είναι όμως αλήθεια και το γεγονός ότι σε μερικές χώρες η συγκεντρωμένη οικονομική δύναμη χρησιμοποιήθηκε και χρησιμοποιείται ενάντια στη λαϊκή θέληση, λόγω όμως των πολλών πιέσεων και περιορισμών αυτή η τάση εγκαταλείπεται και η επιχείρηση κατανοεί όλο και περισσότερο ότι έχει και κοινωνικό χαρακτήρα με τεράστιες ευθύνες έναντι του κοινωνικού συνόλου.

Αλλωστε στις περισσότερες χώρες του κόσμου, λόγω ακριβώς της κατάχρησης της δύναμης της επιχείρησης, θεσπίστηκε ειδική νομοθεσία που έχει ως αποστολή να προασπίζει τα συμφέροντα του λαού και να περιορίζει τη χρήση της ενσωματημένης δύναμης της επιχείρησης.

Η σύγχρονη επιχείρηση ασφαλώς, όπως είδαμε, αποτελεί το κέντρο μεγάλης κοινωνικής δύναμης η οποία αρχίζει από τον απλό πολίτη και καλύπτει τα όρια ολόκληρης της κοινωνίας, Η δύναμη αυτή χρησιμοποιείται για να αναπτύξει η επιχείρηση τέτοιες δραστηριότητες ώστε να ανταποκριθεί στις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου.

Με αυτό το σκεπτικό, η επιχείρηση ενεργεί ορθολογικά και χρησιμοποιεί δύναμη, ανάλογη με εκείνη που απαιτείται για να ικανοποιήσει τις κοινωνικές ανάγκες και απαιτήσεις. Αυτό σημαίνει ότι μεταξύ της δύναμης και της ευθύνης της επιχείρησης υπάρχει μία αναλογία, μία ισορροπία.

Η διατήρηση αυτής της ισορροπίας έχει συνειδητοποιηθεί από τη σύγχρονη επιχείρηση, η οποία συμπεριφέρεται ανάλογα, γιατί δύναμη και κοινωνική ευθύνη είναι δύο παράμετροι που συμβαδίζουν και αλληλοεπηρεάζονται όταν δηλαδή μειώνεται η κοινωνική ευθύνη

μειώνεται αντίστοιχα και η δύναμη της επιχείρησης.

Τα μηνύματα των περισσότερων μελετητών του φαινομένου της ισορροπίας, μεταξύ δύναμης και ευθύνης της επιχείρησης, είναι αισιόδοξα γιατί οι σύγχρονες επιχειρήσεις προσπαθούν να ανταποκρίνονται στις υποχρεώσεις τους έναντι της κοινωνίας και διατηρούν το δικαίωμα να αντλούν δύναμη, μέσα από τις ίδιες τις κοινωνίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΥΘΥΝΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

4.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η ιδέα ότι η επιχείρηση είχε ένα και μόνο αντικειμενικό σκοπό, τη μεγιστοποίηση των κερδών της, ήταν αυτή που κυριαρχούσε στο μεγαλύτερο τμήμα της ιστορίας της. Η πρώτη αντίθετη σ' αυτή την άποψη, ότι δηλαδή οι επιχειρήσεις δεν εξυπηρετούν μονάχα τα συμφέροντα των μετόχων, εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1930.

Από τότε άρχισε σιγά-σιγά να προωθείται η άποψη ότι η επιχείρηση όφειλε να εργάζεται και να φροντίζει και το κοινό καλό. Έπρεπε δηλαδή να επέλθει μια ισορροπία μεταξύ των απαιτήσεων των μετόχων, των εργοδοτών, των εργαζομένων, των πελατών, των προμηθευτών και του κοινού γενικότερα. Στο εξής μια σπουδαία καινοτομία λαμβάνει χώρα. Είναι η άποψη ότι η επιχείρηση έπρεπε να ασχοληθεί σοβαρά με τα κύρια κοινωνικά προβλήματα. Αν και αυτή η νέου είδους δραστηριότητα εξηγείται κατά ένα μέρος γιατί μπορεί να γινόταν με απώτερο σκοπό το κέρδος, εντούτοις, υπήρχε μία τάση που διαρκώς κέρδιζε έδαφος, τόσο μέσα όσο και έξω από τους κόλπους της επιχείρησης, σύμφωνα με την οποία, ακόμα και αν δεν υπήρχε περίπτωση να αποκομισθούν κέρδη, ήταν αναγκαίο για μια μεγάλη επιχείρηση να ασχοληθεί με τα κοινωνικά προβλήματα.

Υπάρχουν πολλοί που υποστηρίζουν ότι η επιχείρηση μόνη της μπορεί να χειριστεί κοινωνικά προβλήματα στην αντιμετώπιση των οποίων η κυβέρνηση έχει αποτύχει. Αυτή η άποψη είναι φυσικά υπερβολική αλλά είναι αλήθεια ότι η επιχείρηση οφείλει να επανεξετάσει την αντίληψή της περί κέρδους και να πράττει έτσι ώστε να μην καταπατά τις ανθρώπινες αξίες.

Είναι γεγονός ότι στις σύγχρονες πλουραλιστικές κοινωνίες, που η δομή τους αποτελείται από πολλούς θεσμούς, οι οποίοι αλληλοσυμπληρώνονται και συνεργάζονται, άλλοτε αρμονικά και άλλοτε κάτω από κάποια ένταση, η επιχείρηση αποτελεί το κέντρο και κάθε στιγμή κρίνεται, αμφισβητείται, αναγνωρίζεται, απορρίπτεται, καταξιώνεται. Όταν μάλιστα μέσα σε μια κοινωνία υπάρχουν οργανωμένες ομάδες με διαφορετικά συμφέροντα, προγράμματα και επιδιώξεις, η συνεργασία τους με την επιχείρηση γίνεται ακόμα δυσκολότερη με αποτέλεσμα να βρίσκεται σε δύσκολη θέση, οπότε, όπως θα δούμε σε άλλο κεφάλαιο, επεμβαίνει το κράτος για να αποκαταστήσει την ισορροπία.

Εκείνο που ιδιαίτερα πάντως πρέπει να τονιστεί είναι ότι σήμερα πρέπει να συμπορευτεί με τις απαιτήσεις των καιρών και οι καιροί απαιτούν έναν κοινωνικό άνθρωπο (HOMO SOCIALIS), κατά την έκφραση του J. Huxley, και όχι απλά έναν οικονομικό άνθρωπο (HOMO ECONOMICUS). Αυτή η απαίτηση προσδιορίζει και τις κοινωνικές υποχρεώσεις της σύγχρονης επιχείρησης. Άλλωστε το κοινωνικό καθήκον του κεφαλαίου δεν είναι κάτι καινούργιο στην ιστορία της ανθρωπότητας. Προϋπήρχε και στις κοινωνίες που είχαν στοιχειώδη δημοκρατική οργάνωση και λειτουργία εφαρμοζόταν μέσα σε κάποια όρια. Σήμερα, πέρα από την οικονομική πλευρά, το κοινωνικό καθήκον του κεφαλαίου είναι επιτακτική ανάγκη και απαίτηση.

Ένας από τους σοβαρότερους λόγους που συνηγορεί για να στρέψει η επιχείρηση το ενδιαφέρον της στην ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών και να αναλαμβάνει κοινωνικές ευθύνες είναι ότι η επιχείρηση αντλεί τη δύναμή της μέσα από την κοινωνία. Κανείς δεν αμφισβητεί ότι πηγές άντλησης κοινωνικής δύναμης της επιχείρησης είναι η αναγνώριση του κοινωνικού συνόλου και η εκτίμηση και συμπαράσταση των εργαζομένων μελών της. Αυτό έχει γίνει καθολικά παραδεκτό τα τελευταία χρόνια και είναι εκείνο που φέρνει την επιχείρηση κοντά στα προβλήματα των εργαζομένων και της κοινωνίας.

Βέβαια, οι σύγχρονες επιχειρήσεις διαθέτουν άριστα τεχνικά μέσα, τέλεια οργάνωση και λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για ποσοτική αλλά κυρίως για ποιοτική απόδοση. Όμως όλα αυτά έχουν ασήμαντη αξία μπροστά στην αναγνώριση και καταξίωση της κοινής γνώμης, του καταναλωτικού κοινού. Η κοινή γνώμη λοιπόν συγκεντρώνει προσεκτικά τα απαραίτητα στοιχεία γύρω από την επιχείρηση και ανάλογα διατυπώνει την θετική ή αρνητική κρίση της. Αυτή η κρίση είναι καθοριστική και σχεδόν αμετάβλητη, κυρίως όταν είναι αρνητική. Άρα, αφού η κοινωνία είναι μία πηγή άντλησης δυνάμεως για την επιχείρηση, η τελευταία επιφορτίζεται με σημαντικές κοινωνικές ευθύνες για να παίξει σωστά το διπλό ρόλο της: τον οικονομικό και τον κοινωνικό.

Αλλά και η οικονομική επιστήμη γενικότερα αποκτά σήμερα κοινωνικό περιεχόμενο, γιατί μέσα στον κύκλο των ερευνών της περιλαμβάνει υποδείξεις που σχετίζονται ακόμη και με την τροποποίηση των θεσμών, εφόσον τούτο μπορεί να συμβάλλει στη μεγιστοποίηση της κοινωνικής ευημερίας και την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών. Αυτό σημαίνει ότι η οικονομική επιστήμη κάνει υποδείξεις στην πολιτική ηγεσία για να προβαίνει σε κατάλληλους χειρισμούς ώστε η

ωφέλεια του κοινού να είναι μεγαλύτερη και αυτό φανερώνει ότι έχει επέλθει πολύ βαθιά αλλαγή στην οικονομική σκέψη και δραστηριότητα, η οποία τώρα πλέον έχει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα.

Οι κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων συνδέονται επίσης με την έννοια του σύγχρονου Μάνατζμεντ, το οποίο, σύμφωνα με την σύγχρονη άποψη, είναι μία εργασία που πραγματοποιείται με άτομα και δια μέσου των ατόμων και ομάδων εκπληρώνονται οι σκοποί μιας οργάνωσης. Ο μάνατζμεντ μιας επιχείρησης προγραμματίζει και διατυπώνει τους σκοπούς της οργάνωσης καθώς και τον τρόπο με τον οποίο θα εκπληρωθούν αυτοί οι σκοποί. Ακολουθεί η οργάνωση της επιχείρησης, μετά η σωστή διεύθυνση και τέλος, γίνεται ο έλεγχος των αποτελεσμάτων. Ο έλεγχος περιέχει την λειτουργία της ανατροφοδότησης και σύγκριση των αποτελεσμάτων με τα αναμενόμενα. Σε περίπτωση αποκλίσεων γίνονται οι κατάλληλες τροποποιήσεις για να υπάρξει σύμπτωση των αποτελεσμάτων σύμφωνα με τις προδιαγραφές που καθορίστηκαν από την αρχή.

Ο μάνατζμεντ λοιπόν λαμβάνει σοβαρά υπόψη του και τον τομέα της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης και κατά το στάδιο του ελέγχου συντάσσει το λεγόμενο κοινωνικό ισολογισμό με στόχο να περιγράψει τις σχέσεις της επιχείρησης με το ευρύτερο κοινωνικό της περιβάλλον. Με αυτόν αυτό τον τρόπο καθορίζεται και εκτιμάται η κοινωνική συμπεριφορά της επιχείρησης και ο κοινωνικός της ρόλος μέσα στις ευρύτερες κοινωνικές ομάδες και ανάλογα τροποποιεί την οργάνωσή της για να ανταποκρίνεται αποτελεσματικότερα στην κοινωνική της αποστολή.

Κοινωνικοί ισολογισμοί με την παραπάνω έννοια συντάσσονται σε πολλές χώρες της Ευρώπης και Αμερικής όπως στη Γερμανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Γαλλία, Σουηδία, κλ.π. αλλά με διαφορετικά στοιχεία

σε κάθε μία. Στη χώρα μας η σχετική νομοθεσία προβλέπει σύνταξη και δημοσίευση μόνο οικονομικού ισολογισμού, ο οποίος δεν περιλαμβάνει κοινωνικά στοιχεία, είναι όμως κάποιο βήμα για καθιέρωση του ισολογισμού με κοινωνικά κριτήρια.

4.2. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Κατά την κλασική άποψη η επιχείρηση ανταποκρινόταν στις κοινωνικές της ευθύνες αν κατόρθωνε να εξασφαλίσει χαμηλές τιμές για τα αγαθά, προσιτές σ' όλους τους πολίτες. Η μονομερής όμως αυτή άποψη σήμερα έχει εγκαταλειφθεί γιατί όλα έχουν αλλάξει.

Η σύγχρονη επιχείρηση, ως ανοικτό σύστημα που είναι, δέχεται τις τεχνολογικές, κοινωνικοπολιτικές, πολιτιστικές και οικολογικές επιδράσεις του περιβάλλοντος συνάμα όμως επιδρά και αυτή σ' αυτό. Με άξονα αυτή την αλληλεπίδραση οι φορείς της επιχειρησιακής δραστηριότητας εκτιμούν τις δημιουργούμενες καταστάσεις, εντοπίζουν τις αδυναμίες και τις ελλείψεις, αποτιμούν με σοβαρότητα τις δυνατότητες της επιχείρησης και αναλόγως αναθεωρούν και καθορίζουν κάθε φορά τους αντικειμενικούς στόχους της επιχείρησης για να επιτύχουν την ισορροπία των σχέσεων επιχείρησης και περιβάλλοντος.

Με άλλα λόγια η επιβίωση της σύγχρονης επιχείρησης στηρίζεται στην διαρκή επικοινωνία με την ευρύτερη κοινωνία από την οποία αντλεί όπως είδαμε και το μεγαλύτερο μέρος της δύναμής της. Κατά συνέπεια οφείλει να ανταποκρίνεται στις κοινωνικές της ευθύνες γιατί έτσι θα διατηρεί και την κοινωνική της δύναμη. Οποιαδήποτε απόκλιση

από αυτόν τον κανόνα θα διαταράξει τις σχέσεις ανάμεσα στην επιχείρηση και την κοινωνία με αρνητικά αποτελέσματα και για τη μία (επιχείρηση) και για την άλλη (κοινωνία).

Η σύγχρονη λοιπόν επιχείρηση έχει υποχρέωση να προσαρμόζεται στο περιβάλλον της αλλά ταυτόχρονα να το επηρεάζει για να επιτυγχάνει τους στόχους της. Αυτό σημαίνει ότι κάθε φορά θα ευαισθητοποιείται απέναντι στις κοινωνικές της ευθύνες, θα παίρνει δυναμικές αποφάσεις ωφέλιμες για το κοινωνικό σύνολο, τις οποίες και θα πραγματοποιεί, γιατί έτσι θα συμβάλει στη διαμόρφωση μιας καλύτερης κοινωνίας.

Πιο συγκεκριμένα τη δράση της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης μπορούμε να την εξετάσουμε κάτω από τρεις οπτικές γωνίες που είναι συνδεδεμένες μεταξύ τους και καλύπτουν όλο το φάσμα των κοινωνικών ευθυνών της επιχείρησης.

α) Εννοιολογική οπτική γωνία

Οι κοινωνικές ευθύνες σχετίζονται με τις αποφάσεις που παίρνει ο επιχειρηματίας καθώς και σε διάφορα πρακτικά μέτρα τα οποία είναι πέρα από τα άμεσα οικονομικά ή τεχνικά ενδιαφέροντα της εταιρείας.

Κατά μία άλλη άποψη η έννοια της κοινωνικής ευθύνης ταυτίζεται με τις αποφάσεις που παίρνονται ή τις πορείες που ακολουθούνται, οι οποίες είναι ταυτόσημες με τους αντικειμενικούς σκοπούς και τις αξίες που έχει θέσει η κοινωνία. Αν δηλαδή, η επιχείρηση απαλλαγεί από το στόχο του κέρδους, ως μοναδικού σκοπού της, τότε αναγκαστικά αναλαμβάνει ευθύνες που σχετίζονται με την πρόοδο και την ευημερία της κοινωνίας.

β) Συγκρούσεις ευθυνών - κέρδους

Μια επιχείρηση είναι δυνατόν να κάνει πράξεις υπεύθυνες κοινωνικά που εξυπηρετούν την αύξηση κερδών μικρής έκτασης. Για παράδειγμα, μια εταιρεία είναι δυνατόν να εγκαταστήσει μια μηχανή για να αντικαταστήσει κάποια άλλη επικίνδυνη όμως για τους εργαζομένους. Κατ' αυτό τον τρόπο όμως πρέπει να θεσπίσει νέους κανόνες συνδεόμενους με τις αποδοχές και τις προαγωγές που να οδηγούν σε μεγαλύτερη παραγωγικότητα και να απαλείφουν τις αδικίες. Η σύγκρουση των κοινωνικών ευθυνών με τα υλικά οφέλη μπορεί να είναι "διασκορπισμένη" και όχι σαφής.

Η παροχή π.χ. υποτροφιών στα παιδιά των εργαζομένων μπορεί να μειώσει τα οφέλη "μικρής έκτασης". Αλλά ένα τέτοιο πρόγραμμα δικαιολογείται, εντούτοις, με βάση το γεγονός ότι η υπαλληλική αφοσίωση και πίστη θα μεγαλώσει και θα φέρει πολλά κέρδη' μεγάλης κλίμακας και μακροπρόθεσμα. Ακόμα είναι δυνατό να ανακαλυφθούν νέα ταλέντα που θα δουλέψουν για το καλό της επιχείρησης. Υπάρχει ένας ακόμη λόγος η εταιρεία να πιστεύει ότι η κοινωνία χρειάζεται ανθρώπους καλύτερα εκπαιδευμένους και έτσι ωφελείται μαζί με όλο το κοινωνικό σύνολο και η ίδια η επιχείρηση.

Είναι σίγουρο ότι οι επιχειρηματίες δεν θα λάβουν μέτρα κοινωνικής πρόνοιας τα οποία θα θίγουν τα οφέλη τόσο της μικρής όσο και της μεγάλης έκτασης. Είναι πολύ πιθανό να κάνουν πράξεις που θα τους μειώσουν τα μικρής έκτασης, αλλά από την άλλη θα τους αυξήσουν μακροπρόθεσμα κέρδη. Μπορούν όμως να είναι σίγουροι γι' αυτήν την αύξηση; Η απάντηση είναι όχι. Γι' αυτό το λόγο προηγείται πάντοτε αρκετή σκέψη και μελέτη.

γ) Συγκεκριμένα επιχειρησιακά κοινωνικά προγράμματα

Η ανάληψη, εκ μέρους της επιχείρησης, συγκεκριμένων κοινωνικών προγραμμάτων διαφοροποιεί τη θέση της και οριοθετεί την κοινωνική της αποστολή. Έτσι η κύρια αποστολή της μεγιστοποίησης της παραγωγής και συνάμα του κέρδους συμπληρώνεται τώρα από τις ευθύνες για καλυτέρευση της ποιότητας της ζωής των ατόμων της κοινωνίας. Το κέρδος πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση και λύση των κοινωνικών προβλημάτων.

Αναφερόμενοι στις κοινωνικές ευθύνες και στα κοινωνικά προγράμματα της σύγχρονης επιχείρησης, θεωρούμε σκόπιμο να διακρίνουμε σε:

- * εσωτερικά και
- * εξωτερικά.

Οι εσωτερικές κοινωνικές ευθύνες για παράδειγμα, αφορούν τις διαδικασίες προσλήψεων - απολύσεων, τον τρόπο καθορισμού των αποδοχών, το περιεχόμενο της συγκεκριμένης δουλειάς της κάθε θέσεως, την απονομή δικαιοσύνης, την ισότητα και την εφαρμογή ηθικών αρχών, σ' ό,τι αφορά την εκπαίδευση και την προαγωγή των υπαλλήλων, τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας κ.λπ.

Οι εξωτερικές έχουν σχέση με την ανάληψη ευθυνών όπως:

- αντιμετώπιση της ανεργίας,
- ειδικά μέτρα για τη διαφύλαξη της οικολογικής ισορροπίας,
- συνεργασία με το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση σε προγράμματα κοινωνικά, εκπαιδευτικά, πολιτιστικά,
- άμεση οικονομική υποστήριξη στους καλλιτεχνικούς οργανισμούς

- οικονομική βοήθεια και ενθάρρυνση στις κοινότητες για βελτίωση της ιατρικής περίθαλψης
- παροχή οικονομικής και διοικητικής βοήθειας στις μικρές ή προβληματικές επιχειρήσεις
- απορρόφηση εργαζομένων που τα επαγγέλματά τους καταργήθηκαν λόγω του αυτοματισμού
- άμεση οικονομική βοήθεια στα σχολεία με υποτροφίες, επιδόματα και άλλες οικονομικές επιχορηγήσεις
- άρνηση επενδύσεων που καταδικάζονται για τα στυγνά και απάνθρωπα πολιτεύματά τους ή που κάνουν φυλετικές διακρίσεις κ.λπ.

Εννοείται ότι η έννοια της κοινωνικής ευθύνης, η οποία συνδέεται στενά με την επιχειρηματική ηθική τόσο των επιχειρηματιών όσο και των διοικητικών στελεχών, δεν οφείλεται σε ενεργοποίηση κυρίως της συνείδησής τους αλλά και στην πίεση που δέχεται η επιχείρηση από τις διάφορες κοινωνικές ομάδες. Η πίεση που ασκείται επικεντρώνεται κυρίως στους τομείς της ασφάλειας και περίθαλψης των συνθηκών εργασίας, των πολιτικών δικαιωμάτων, των σχέσεων του προσωπικού, της μεταχείρισης των γυναικών, της μόλυνσης του περιβάλλοντος, της εκπαίδευσης των στελεχών κ.λπ. Και μπορεί μεν η κοινωνία να μην έχει τα μέσα να επιβάλλει τη θέλησή της, όμως αρκεί η πίεση που ασκεί να αναγκάσει την επιχείρηση για ανάληψη κοινωνικών ευθυνών οι οποίες, σε τελευταία ανάλυση αποσκοπούν στη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ επιχείρησης και κοινωνίας.

Η επιχείρηση σήμερα έχει κατανοήσει ότι η πρόοδος της και η επιβίωσή της στηρίζεται στο ισοζύγιο της οικονομικής και κοινωνικής

απόδοσης. Η οικονομική δηλαδή ευημερία, είναι στενά συνδεδεμένη με την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης.

Από τα παραπάνω, φαίνεται καθαρά, ότι ο ρόλος της επιχείρησης σήμερα έχει ριζικά αλλάξει και αυτό μάλιστα έγινε με χαρακτηριστική ταχύτητα. Έτσι καλείται ο οικονομικός αυτός θεσμός να αναλάβει τις κοινωνικές ευθύνες που επιβάλλει ο σύγχρονος ρόλος της. Εννοείται ότι το κλίμα και ο πολιτικός και κοινωνικός περίγυρος πρέπει να κινούνται μέσα σε μια δημοκρατική ατμόσφαιρα. Χωρίς δημοκρατικά πλαίσια και συνειδητή δημοκρατία, η επιχείρηση δεν μπορεί να προοδεύσει. Η κοινωνική ευθύνη προϋποθέτει ελευθερία. Αυτό σημαίνει ότι ελευθερία και ευθύνη συμβαδίζουν μέσα σε μια δημοκρατική κοινωνία. (Δ. Μαγκλιβέρα, 1978, 35).

Εκείνος που έχει ενστερνιστεί την ελευθερία και πιστεύει στο μεγαλείο της ενεργοποιείται και αναλαμβάνει ευθύνες. Γι' αυτό θα λέγαμε ότι πηγή κάθε ευθύνης που αναλαμβάνει ο άνθρωπος είναι η ελευθερία, η οποία φυσικά ανθοφορεί και καρποφορεί μόνο μέσα στο πολίτευμα της δημοκρατίας και της δημοκρατικά οργανωμένης κοινωνίας.

4.3. Ο ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΥΘΥΝΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι απόψεις που σχετίζονται με τις κοινωνικές ευθύνες της επιχείρησης σχολιάστηκαν αρνητικά από πολλούς οικονομολόγους, οι οποίοι διατύπωσαν την άποψη ότι οι κοινωνικές ευθύνες της επιχείρησης δεν είναι μέσα στις υποχρεώσεις τους αφού είναι αντίθετη προς τα

συμφέροντά τους.

Σημαντικότερος εκπρόσωπος αυτής της άποψης θεωρείται ο M. Friedman, ο επονομαζόμενος "Πάπας της ελεύθερης οικονομίας". Ο Friedman (1955), υποστηρίζει ότι η φιλοσοφία της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης έχει κολλεκτιβιστικό χαρακτήρα και αν γίνει συνείδηση της επιχείρησης τότε θα υποσκάψει τα θεμέλια της και θα καταστραφεί. Κοινωνικές ευθύνες αναλαμβάνει μόνο η πολιτεία και όχι η ιδιωτική πρωτοβουλία, γιατί αυτό θα οδηγήσει στην καλλιέργεια του δημοσίου ελέγχου των επιχειρήσεων. Κατά τον ίδιο πάντοτε μελετητή η επιχείρηση αναλαμβάνει την ευθύνη να αναπτύξει τέτοιες δραστηριότητες ώστε να εκπληρώσει την κύρια αποστολή της που είναι η αύξηση του κέρδους της.

Ανάλογες θέσεις παίρνει στο θέμα αυτό και ο Th. Levitt. Κατ' αυτόν η προσπάθεια της επιχείρησης να αναλάβει κοινωνικές ευθύνες θα την αποπροσανατολίσει από τους στόχους της και θα την αναγκάσει να διοχετεύσει τη δραστηριότητά της σε επουσιώδεις επιδιώξεις. Μια τέτοια τάση την κατευθύνει σε φεουδαρχικά πρότυπα και μοντέλα κοινωνικής οργάνωσης αφού η επιχείρηση θα αναλάβει έργο για το οποίο υπεύθυνο είναι το κράτος. Η υγιέστερη άρα επιδίωξη της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, το οποίο οφείλει να επιδιώκει μεταχειριζόμενη κάθε τρόπο.

Οι Koontz και Donnel (1968), αναφερόμενοι στο θεσμό της επιχείρησης υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις, όπως και οι άλλοι κοινωνικοί θεσμοί (παιδεία, θρησκεία κ.λπ.), έχουν ως σκοπό την παραγωγή αγαθών για να καλύψουν τις ανάγκες της κοινωνίας. Κυρία ευθύνη τους είναι η σωστή χρήση των πόρων και η παραγωγικότητα ενώ συγχρόνως οφείλουν να υιοθετήσουν τους ηθικούς κοινωνικούς κανόνες. Εάν αναλάβουν κοινωνικές ευθύνες, όπως π.χ. οικονομική

υποστήριξη εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, συντήρηση ανέργων, παροχή υπηρεσιών στο δημόσιο χωρίς αμοιβή κ.λπ. τότε δεν εκπληρώνουν το σκοπό τους. Με άλλα λόγια απορρίπτουν την ανάληψη κοινωνικών ευθυνών εκ μέρους της επιχείρησης γιατί αρμόδιο για αυτές είναι το κράτος.

Τέλος ο N. Chamberlain (1968), ενώ φαίνεται ότι κατά βάση αναγνωρίζει στις επιχειρήσεις κοινωνικές ευθύνες, εν τούτοις αυτό είναι αδύνατο να γίνει γιατί είναι εγκλωβισμένες στο δικό τους σύστημα αξιών, το οποίο κινείται μέσα στα πλαίσια του ανταγωνισμού. Αυτό σημαίνει ότι δεν έχει τη δυνατότητα να διαθέσει κεφάλαια για ανάληψη κοινωνικών ευθυνών. γιατί θα θέσει σε κίνδυνο την οικονομική της ισορροπία αφ' ενός και αφ' ετέρου θα βρεθεί αντιμέτωπη με τους μετόχους πολλοί από τους οποίους έχουν αδιάφορη "κοινωνική συνείδηση".

Με τις παραπάνω απόψεις συντάσσονται και άλλοι επιστήμονες, οικονομολόγοι και ειδικοί ερευνητές των σχέσεων επιχείρησης και κοινωνίας, οι οποίοι με τη σειρά τους προβάλλουν ανάλογη επιχειρηματολογία για να θεμελιώσουν την άποψη ότι η επιχείρηση έχει κυρίως οικονομικό χαρακτήρα. Οι θεωρητικές αυτές θέσεις βρήκαν κατά καιρούς απήχηση αλλά η πρακτική απέδειξε ότι η απομόνωση της επιχείρησης μόνο μέσα σε αυστηρά οικονομικά πλαίσια ήταν επιζήμια.

Η επιχείρηση, όπως είδαμε, αντλεί τη δύναμή της από δύο πηγές: από την "έξωθεν" καλή μαρτυρία και από τη συμπαράσταση των μελών της. Κατά συνέπεια όλες οι άλλες παράμετροι, π.χ. η τεχνολογία, η οργάνωση και διοίκηση κ.λπ. αποδίδουν και είναι αποτελεσματικές αν συντονίσουν το έργο τους προς τις πηγές από τις οποίες η επιχείρηση τροφοδοτείται με κοινωνική δύναμη.

Η επιχείρηση αξιολογείται, βαθμολογείται από την κοινή γνώμη,

η οποία κρίνει και ελέγχει τη κοινωνική προσφορά της επιχείρησης. Η αρνητική κρίση παραμένει και δεν αλλάζει εύκολα (Δ. Μαγκλιβέρα, 1978, 37). Αντίθετα με ευχέρεια τροποποιείται η θετική στάση του κοινού το οποίο αλλάζει συμπεριφορά και κρίνει χωρίς έλεος την επιχείρηση. Και ενώ το κοινό απολαμβάνει τα αγαθά της και αναγνωρίζει τη συμβολή της στην ικανοποίηση των υλικών αναγκών συνάμα διατηρεί επιφυλάξεις για το "ήθος" της που εκφράζεται μέσα από τους όρους υπερβολικό κέρδος, μέτρια ποιότητα κ.λπ. Ευρίσκεται δηλαδή κάτω από συνεχή αυστηρό κοινωνικό αλλά και κρατικό έλεγχο και οφείλει να διατηρήσει την ακεραιότητά της και την ισορροπία της καταβάλλοντας μεγάλη προσπάθεια.

Παρά ταύτα και παρά τις αντιθέσεις και αλληλοσυγκρουόμενες απόψεις γύρω από το θέμα της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης σήμερα επικρατεί η άποψη ότι η επιχείρηση έχει οικονομικό και κοινωνικό χαρακτήρα:

- Οικονομικό γιατί έχει χρέος να βελτιώσει τις οικονομικές συνθήκες της κοινωνίας χωρίς η ίδια να απεμπολεί το λογικό κέρδος.
- Κοινωνικό γιατί οφείλει να συνεισφέρει στην καλλιέργεια των ανθρωπίνων αξιών και να συμβάλλει στην βελτίωση της ανθρώπινης ζωής.

Στην εποχή μας ο άνθρωπος είναι περισσότερο από κάθε άλλη φορά κοινωνικός (Homo Socialis). Απαιτεί να γίνει πράξη το κοινωνικό του δικαίωμα της αναγνώρισής του ως ψυχικής, πνευματικής και κοινωνικής προσωπικότητας. Όσο δένεται στενά με τα υλικά αγαθά του

απόδοσης. Η οικονομική δηλαδή ευημερία, είναι στενά συνδεδεμένη με την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης.

Από τα παραπάνω, φαίνεται καθαρά, ότι ο ρόλος της επιχείρησης σήμερα έχει ριζικά αλλάξει και αυτό μάλιστα έγινε με χαρακτηριστική ταχύτητα. Έτσι καλείται ο οικονομικός αυτός θεσμός να αναλάβει τις κοινωνικές ευθύνες που επιβάλλει ο σύγχρονος ρόλος της. Εννοείται ότι το κλίμα και ο πολιτικός και κοινωνικός περίγυρος πρέπει να κινούνται μέσα σε μια δημοκρατική ατμόσφαιρα. Χωρίς δημοκρατικά πλαίσια και συνειδητή δημοκρατία, η επιχείρηση δεν μπορεί να προοδεύσει. Η κοινωνική ευθύνη προϋποθέτει ελευθερία. Αυτό σημαίνει ότι ελευθερία και ευθύνη συμβαδίζουν μέσα σε μια δημοκρατική κοινωνία. (Δ. Μαγκλιβέρα, 1978, 35).

Εκείνος που έχει ενστερνιστεί την ελευθερία και πιστεύει στο μεγαλείο της ενεργοποιείται και αναλαμβάνει ευθύνες. Γι' αυτό θα λέγαμε ότι πηγή κάθε ευθύνης που αναλαμβάνει ο άνθρωπος είναι η ελευθερία, η οποία φυσικά ανθοφορεί και καρποφορεί μόνο μέσα στο πολίτευμα της δημοκρατίας και της δημοκρατικά οργανωμένης κοινωνίας.

4.3. Ο ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΥΘΥΝΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι απόψεις που σχετίζονται με τις κοινωνικές ευθύνες της επιχείρησης σχολιάστηκαν αρνητικά από πολλούς οικονομολόγους, οι οποίοι διατύπωσαν την άποψη ότι οι κοινωνικές ευθύνες της επιχείρησης δεν είναι μέσα στις υποχρεώσεις τους αφού είναι αντίθετη προς τα

συμφέροντά τους.

Σημαντικότερος εκπρόσωπος αυτής της άποψης θεωρείται ο M. Friedman, ο επονομαζόμενος "Πάπας της ελεύθερης οικονομίας". Ο Friedman (1955), υποστηρίζει ότι η φιλοσοφία της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης έχει κολλεκτιβιστικό χαρακτήρα και αν γίνει συνείδηση της επιχείρησης τότε θα υποσκάψει τα θεμέλια της και θα καταστραφεί. Κοινωνικές ευθύνες αναλαμβάνει μόνο η πολιτεία και όχι η ιδιωτική πρωτοβουλία, γιατί αυτό θα οδηγήσει στην καλλιέργεια του δημοσίου ελέγχου των επιχειρήσεων. Κατά τον ίδιο πάντοτε μελετητή η επιχείρηση αναλαμβάνει την ευθύνη να αναπτύξει τέτοιες δραστηριότητες ώστε να εκπληρώσει την κύρια αποστολή της που είναι η αύξηση του κέρδους της.

Ανάλογες θέσεις παίρνει στο θέμα αυτό και ο Th. Levitt. Κατ' αυτόν η προσπάθεια της επιχείρησης να αναλάβει κοινωνικές ευθύνες θα την αποπροσανατολίσει από τους στόχους της και θα την αναγκάσει να διοχετεύσει τη δραστηριότητά της σε επουσιώδεις επιδιώξεις. Μια τέτοια τάση την κατευθύνει σε φεουδαρχικά πρότυπα και μοντέλα κοινωνικής οργάνωσης αφού η επιχείρηση θα αναλάβει έργο για το οποίο υπεύθυνο είναι το κράτος. Η υγιέστερη άρα επιδίωξη της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, το οποίο οφείλει να επιδιώκει μεταχειριζόμενη κάθε τρόπο.

Οι Koontz και Donnel (1968), αναφερόμενοι στο θεσμό της επιχείρησης υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις, όπως και οι άλλοι κοινωνικοί θεσμοί (παιδεία, θρησκεία κ.λπ.), έχουν ως σκοπό την παραγωγή αγαθών για να καλύψουν τις ανάγκες της κοινωνίας. Κυρία ευθύνη τους είναι η σωστή χρήση των πόρων και η παραγωγικότητα ενώ συγχρόνως οφείλουν να υιοθετήσουν τους ηθικούς κοινωνικούς κανόνες. Εάν αναλάβουν κοινωνικές ευθύνες, όπως π.χ. οικονομική

υποστήριξη εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, συντήρηση ανέργων, παροχή υπηρεσιών στο δημόσιο χωρίς αμοιβή κ.λπ. τότε δεν εκπληρώνουν το σκοπό τους. Με άλλα λόγια απορρίπτουν την ανάληψη κοινωνικών ευθυνών εκ μέρους της επιχείρησης γιατί αρμόδιο για αυτές είναι το κράτος.

Τέλος ο N. Chamberlain (1968), ενώ φαίνεται ότι κατά βάση αναγνωρίζει στις επιχειρήσεις κοινωνικές ευθύνες, εν τούτοις αυτό είναι αδύνατο να γίνει γιατί είναι εγκλωβισμένες στο δικό τους σύστημα αξιών, το οποίο κινείται μέσα στα πλαίσια του ανταγωνισμού. Αυτό σημαίνει ότι δεν έχει τη δυνατότητα να διαθέσει κεφάλαια για ανάληψη κοινωνικών ευθυνών, γιατί θα θέσει σε κίνδυνο την οικονομική της ισορροπία αφ' ενός και αφ' ετέρου θα βρεθεί αντιμετώπιση με τους μετόχους πολλοί από τους οποίους έχουν αδιάφορη "κοινωνική συνείδηση".

Με τις παραπάνω απόψεις συντάσσονται και άλλοι επιστήμονες, οικονομολόγοι και ειδικοί ερευνητές των σχέσεων επιχείρησης και κοινωνίας, οι οποίοι με τη σειρά τους προβάλλουν ανάλογη επιχειρηματολογία για να θεμελιώσουν την άποψη ότι η επιχείρηση έχει κυρίως οικονομικό χαρακτήρα. Οι θεωρητικές αυτές θέσεις βρήκαν κατά καιρούς απήχηση αλλά η πρακτική απέδειξε ότι η απομόνωση της επιχείρησης μόνο μέσα σε αυστηρά οικονομικά πλαίσια ήταν επιζήμια.

Η επιχείρηση, όπως είδαμε, αντλεί τη δύναμή της από δύο πηγές: από την "έξωθεν" καλή μαρτυρία και από τη συμπαράσταση των μελών της. Κατά συνέπεια όλες οι άλλες παράμετροι, π.χ. η τεχνολογία, η οργάνωση και διοίκηση κ.λπ. αποδίδουν και είναι αποτελεσματικές αν συντονίσουν το έργο τους προς τις πηγές από τις οποίες η επιχείρηση τροφοδοτείται με κοινωνική δύναμη.

Η επιχείρηση αξιολογείται, βαθμολογείται από την κοινή γνώμη,

η οποία κρίνει και ελέγχει τη κοινωνική προσφορά της επιχείρησης. Η αρνητική κρίση παραμένει και δεν αλλάζει εύκολα (Δ. Μαγκλιβέρα, 1978, 37). Αντίθετα με ευχέρεια τροποποιείται η θετική στάση του κοινού το οποίο αλλάζει συμπεριφορά και κρίνει χωρίς έλεος την επιχείρηση. Και ενώ το κοινό απολαμβάνει τα αγαθά της και αναγνωρίζει τη συμβολή της στην ικανοποίηση των υλικών αναγκών συνάμα διατηρεί επιφυλάξεις για το "ήθος" της που εκφράζεται μέσα από τους όρους υπερβολικό κέρδος, μέτρια ποιότητα κ.λπ. Ευρίσκεται δηλαδή κάτω από συνεχή αυστηρό κοινωνικό αλλά και κρατικό έλεγχο και οφείλει να διατηρήσει την ακεραιότητά της και την ισορροπία της καταβάλλοντας μεγάλη προσπάθεια.

Παρά ταύτα και παρά τις αντιθέσεις και αλληλοσυγκρουόμενες απόψεις γύρω από το θέμα της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης σήμερα επικρατεί η άποψη ότι η επιχείρηση έχει οικονομικό και κοινωνικό χαρακτήρα:

- Οικονομικό γιατί έχει χρέος να βελτιώσει τις οικονομικές συνθήκες της κοινωνίας χωρίς η ίδια να απεμπολεί το λογικό κέρδος.
- Κοινωνικό γιατί οφείλει να συνεισφέρει στην καλλιέργεια των ανθρωπίνων αξιών και να συμβάλλει στην βελτίωση της ανθρώπινης ζωής.

Στην εποχή μας ο άνθρωπος είναι περισσότερο από κάθε άλλη φορά κοινωνικός (Homo Socialis). Απαιτεί να γίνει πράξη το κοινωνικό του δικαίωμα της αναγνώρισής του ως ψυχικής, πνευματικής και κοινωνικής προσωπικότητας. Όσο δένεται στενά με τα υλικά αγαθά του

τεχνολογικού πολιτισμού άλλο τόσο επιδιώκει την κοινωνική αναγνώριση και καταξίωση. Η επιχείρηση άρα έχει κοινωνικές ευθύνες ίσης αξίας με τις οικονομικές και πάνω σ' αυτόν τον άξονα πρέπει να θεμελιώσει το παρόν και να προγραμματίσει το μέλλον της. Έχει υποχρέωση να δέχεται τα μηνύματα της κοινωνίας, να τα επεξεργάζεται κατάλληλα και να ανταποκρίνεται γιατί έτσι μόνο θα λειτουργήσει αποδοτικά και θα συνυπάρξει με το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

5.1. Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΑΤΟΜΟΥ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ

Κατά την ψυχολογία, με τον όρο προσωπικότητα εννοούμε το σύνολο των ιδιαίτερων ψυχοσωματικών γνωρισμάτων που διαφοροποιούν το άτομο από τα άλλα άτομα, τον ένα από τους άλλους. Οι ορισμοί που δίνονται για την προσωπικότητα είναι πολλοί και ο κάθε ερευνητής εξετάζει το θέμα πάντοτε σε σχέση με την άποψη που ο ίδιος μελετά. Όλοι όμως οι ορισμοί συγκλίνουν στην άποψη η προσωπικότητα του ατόμου αναφέρεται τόσο στη συναισθηματική και διανοητική κατάσταση, όσο και στη σωματική διαμόρφωση, που σε αρμονική συνύπαρξη βοηθούν το άτομο να προσαρμοστεί στο φυσικό και κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον.

Ο εργαζόμενος, ως ανθρώπινη μοναδική και ανεπανάληπτη προσωπικότητα, έχει ανάγκη προσαρμογής στον εργασιακό και κοινωνικό του περίγυρο. Προϋπόθεση αυτής της προσαρμογής είναι η δημιουργία στο χώρο της εργασίας, γνήσιων διαπροσωπικών σχέσεων, τόσο μεταξύ εργοδότη και εργαζομένου όσο και μεταξύ των εργαζομένων.

Ποια είναι όμως η έννοια των ανθρωπίνων σχέσεων;

Επιστημονικά το θέμα ανήκει στο χώρο της εφαρμοσμένης ψυχολογίας και έχει σκοπό να καταδείξει τη σπουδαιότητα των ανθρωπίνων σχέσεων σ' όλες τις εκδηλώσεις της ανθρώπινης ζωής.

Σύμφωνα με τα πορίσματα της επιστήμης η αλληλεπίδραση των ανθρώπων είναι μια πραγματικότητα. Ο καθένας υπάρχει με τον άλλον, από τον άλλον και για τον άλλον και επιδρά καθοριστικά στο περιβάλλον του. Αποτελεί όμως και μία γενικότερη βιολογική, ψυχολογική και κοινωνική πραγματικότητα. Όλα τα έμβια όντα έχουν βιολογικά χτιστεί για την συνύπαρξη. Όσο τελειότεροι είναι οι ζωικοί οργανισμοί τόσο η συνύπαρξη του επιδιώκει να επεκταθεί σε συναισθηματικούς και ιδεολογικούς χώρους.

Οι άνθρωποι, μέσω της διαδικασίας της κοινωνικοποίησης, φτάνουν σε πολύ υψηλά επίπεδα πολιτιστικής προόδου και αλληλεπιδρούν συνειδητά αλλά και ασυνείδητα. Η αλληλεπίδραση και επικοινωνία είναι ψυχική ανάγκη του ανθρώπου γι' αυτό και ο άνθρωπος δημιουργεί σχέσεις. Οι σχέσεις αυτές αποτελούν αλάθητο κριτήριο της ψυχικής ισορροπίας του ατόμου.

Η σπουδαιότητα των ανθρωπίνων σχέσεων είναι φανερή σε κάθε εποχή και σ' όλους τους τομείς της ζωής του ανθρώπου. Στην οικογένεια, στη γειτονιά, στην εργασία, στο χώρο των μεγάλων βιομηχανικών μονάδων, στο χώρο των δημοσίων υπηρεσιών, στην κοινότητα, στο σχολείο. Βασικό γνώρισμα της σύγχρονης κοινωνίας είναι η αύξηση της αυτοσυνειδησίας του ανθρώπου, ο οποίος πασχίζει να θέσει πάνω στον κόσμο τη δική του σφραγίδα. Αυτό σημαίνει ότι ο άνθρωπος συνειδητοποίησε πως παίζει ρυθμιστικό ρόλο πάνω στη ζωή και αυτή η δυνατότητα αποκτήθηκε χάρη στην έκρηξη των γνώσεων και στην ανάπτυξη της τεχνικής. Οι αρμονικές λοιπόν σχέσεις, η συνεννόηση και η εσωτερική επικοινωνία των ανθρώπων αλλά και η

αναγνώριση της προσωπικότητας του ατόμου αποτελούν για την εποχή μας τη βάση πάνω στην οποία μπορεί να χτιστεί η ανθρώπινη ζωή. Ύστερα από αυτή τη γενική θεώρηση της προσωπικότητας και της έννοιας και αναγκαιότητας των ανθρώπινων σχέσεων ας δούμε τον χαρακτήρα των σχέσεων μέσα στον εργασιακό χώρο.

5.2. Η ΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ Η ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η εργασία είναι μία διαρκής δραστηριότητα του ανθρώπου η οποία έχει ως στόχο την παραγωγή πνευματικών και υλικών αγαθών που να είναι χρήσιμα στο κοινωνικό σύνολο. Εννοείται ότι η εργασία προσφέρεται έναντι υλικής αμοιβής, ικανής να ικανοποιήσει τις βιοτικές ανάγκες του ατόμου και της οικογενείας του.

Οι επιδιωκόμενες αξίες μέσω της εργασίας είναι:

- Υλικές, που εξασφαλίζουν στον εργαζόμενο ανεξαρτησία και άνετη διαβίωση.
- Αναγνώριση και απόκτηση κύρους από το στενό κύκλο εργασίας αλλά και από την ευρύτερη κοινότητα.
- Ενδιαφέρον για την απόκτηση νέων γνώσεων. Αυτονομία και ανεξαρτησία δράσεως.
- Προσφορά υπηρεσιών στην κοινωνία.
- Δημιουργικότητα και πρωτοτυπία.
- Άσκηση επιρροής και δύναμης κ.λπ.

Η σημασία βέβαια της εργασίας δεν κοινωνίας γιατί για πολλούς η

εργασία δεν αποτελεί πηγή χαράς και αυτοπραγμάτωσης. Όπως όμως και αν έχει το ζήτημα, η εργασία και ειδικότερα το επάγγελμα έχουν μεγάλη σημασία για τη διαμόρφωση της κοινωνικής θέσης και του τρόπου ζωής του ατόμου.

Μέσα στο χώρο της εργασίας και στην άσκηση του επαγγέλματος ο άνθρωπος ζει το μεγαλύτερο μέρος της ζωής, η οποία ακολουθεί τους ρυθμούς του επαγγέλματος που ασκεί. Αυτό σημαίνει ότι όταν διαλέγουμε ένα επάγγελμα θα πρέπει να έχουμε το νου μας ότι αυτό επηρεάζει τη ζωή μας γιατί με άλλα λόγια διαλέγοντας ένα επάγγελμα διαλέγουμε ένα τρόπο ζωής.

Διάφορες μελέτες έχουν δείξει ότι η ευφυΐα, η ικανότητα, η πείρα και η υποκίνηση είναι μερικές από τις μεταβλητές που συντελούν στην ποσότητα και ποιότητα του εκτελούμενου έργου. Η υποκίνηση σχετίζεται με τις εξωτερικές και εσωτερικές συνθήκες που επηρεάζουν την ένταση, την ποιότητα και την κατεύθυνση της συμπεριφοράς του ατόμου. Το βασικότερο είναι ότι η συμπεριφορά προκαλείται από τις προσπάθειες του ατόμου να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Εννοείται ότι κατά τον ίδιο τρόπο το άτομο αποφεύγει τις δραστηριότητες εκείνες που δεν υπόσχονται ανταμοιβή ή που ενδεχομένως θα είχαν ως αποτέλεσμα την τιμωρία.

Από τις θεωρίες της υποκίνησης για παραγωγικότητα απομονώνουμε εκείνες του Maslou και του Herzberg που είναι οι θεωρίες της αυτοπραγμάτωσης και της υποκίνησης "υγιεινής".

Τα πειράματα Hawthorne που διεξήχθησαν υπό την καθοδήγηση του Elton Mayo στο Western Electric Company στην περιοχή του Σικάγου, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι ψυχολογικές και συναισθηματικές καταστάσεις των εργαζομένων παίζουν σημαντικό ρόλο στην απόδοσή τους, απ' ότι οι οικονομικοί παράγοντες, που

σημαίνει ότι οι καλύτερα αμειβόμενοι εργάτες δεν είναι κατ' ανάγκη και οι αποδοτικότεροι. Η άποψη αυτή καθιέρωσε το σύστημα των ανθρωπίνων σχέσεων στη διοίκηση και οργάνωση των επιχειρήσεων.

Το σύστημα αυτό, όπως καλλιεργήθηκε και εφαρμόστηκε μετέπειτα, έθεσε τις βάσεις για την παραδοχή της θεωρίας του Maslou περί αυτοπραγμάτωσης. Κατά τον Maslou, ο ενήλικας επηρεάζεται από πολλά κίνητρα τα οποία λειτουργούν ταυτόχρονα και διαμορφώνουν τη συμπεριφορά του. Από το άλλο μέρος ο άνθρωπος ιεραρχεί τις ανάγκες του και ικανοποιεί πρώτα αυτές του χαμηλότερου επιπέδου και έπειτα εκείνες του υψηλότερου. Όταν μία ανάγκη ικανοποιηθεί πάει να αποτελεί κίνητρο και στη θέση μπαίνει μία άλλη και έτσι ο άνθρωπος βρίσκεται σε διαρκή αγώνα για την ικανοποίηση των αναγκών του.

Ο Maslou έχει κατατάξει τις ανάγκες ως εξής:

- Βιολογικές ανάγκες:
 - Πείνας
 - Δίψας
 - Ύπνου
 - Έρωτα
 - Ενδυμασίας
- Ανάγκες προστασίας από κίνδυνο, απειλής, στέρησης και ασφάλειας
- Ανάγκες αγάπης, ικανοποιητικών κοινωνικών σχέσεων, αλληλοστοργής και φιλίας.
- Ανάγκες αυτοσεβασμού και εκτίμησης από τους άλλους. Επιθυμεί να έχει "την έξωθεν" καλή μαρτυρία της κοινωνικής ομάδας και αγωνίζεται να προωθήσει το κύρος του και να αναγνωρίσει τις ικανότητες και τα προσόντα του.

- Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης για δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για δημιουργικότητα, αυτοανάπτυξη και αυτοέκφραση.

Οι ανάγκες βέβαια των ανθρώπων, αν όχι όλες, μπορούν να ικανοποιηθούν και εκτός εργασίας, αλλά στις σύγχρονες κοινωνίες η εργασία είναι το σπουδαιότερο μέσο για την εξυπηρέτησή τους. Γενικά, χωρίς αυτό να είναι απαραίτητο, ο εργαζόμενος ξεκινά από την εξυπηρέτηση των πρωτογενών αναγκών του για να προχωρήσει και σ' εκείνες που βρίσκονται σε υψηλότερο επίπεδο.

Ο Herzberg (1959) και οι συνεργάτες του επιχειρούν να εξηγήσουν το φαινόμενο των παραγόντων που προκαλούν ικανοποίηση αλλά ταυτόχρονα και δυσαρέσκεια στην εργασία. Υποστηρίζουν ότι οι δύο αυτές έννοιες δεν είναι αντίθετες μεταξύ τους. Η εργασία σχετίζεται με το πλαίσιο εργασίας και μπορεί να προκληθεί από παράγοντες, όπως ονομάζονται, και που είναι η καλή διοίκηση, οι χαμηλές αποδοχές, οι άσχημες συνθήκες εργασίας κ.λπ. Η απομάκρυνσή τους, εν τούτοις, δεν είναι βέβαιο ότι θα οδηγήσει κατ' ανάγκη στην ευχαρίστηση αφού αυτή εξαρτάται από άλλους παράγοντες όπως, η αναγνώριση, η υπευθυνότητα, η επιτυχία του στόχου, οι καλές συνθήκες εργασίας κ.λπ. Η ικανοποίηση άρα αναφέρεται στη λειτουργία της εργασίας, ενώ η δυσαρέσκεια είναι αποτέλεσμα του εργασιακού περιβάλλοντος. Κατά συνέπεια πρέπει να ικανοποιηθούν οι αναπτυξιακοί, υποκινητήριοι παράγοντες για να επηρεάσουν το ηθικό των εργαζομένων και την παραγωγικότητα.

Η απόδοση στην εργασία σχετίζεται με την υποκίνηση. Η τελευταία φαίνεται ότι είναι αποτελεσματικότερη όταν δοθεί έμφαση στον παράγοντα άνθρωπο, ο οποίος πρέπει να αντιμετωπισθεί στο χώρο

της εργασίας ως ξεχωριστή ψυχοπνευματική οντότητα.

5.3. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ Ο ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Έπρεπε να περάσουν πέντε περίπου αιώνες και να πραγματοποιηθούν τρομακτικές ταξικές συγκρούσεις μεταξύ εργαζομένων και εργοδοτών για να ρυθμιστούν οι αμοιβές της εργασίας. Σήμερα το θέμα αυτό, όπως και το ζήτημα της συμμετοχής των εργαζομένων στις επιχειρήσεις, η συνεργασία και οι καλές συνθήκες εργασίας και πολλές άλλες απαιτήσεις των εργαζομένων έχουν, κατά κανόνα, επιλυθεί ή ευρίσκονται σε καλό δρόμο για την αντιμετώπισή τους.

Στις σύγχρονες όμως κοινωνίες προβάλλει επιτακτικά το αίτημα των εργαζομένων για αυτοπραγμάτωση και καταξίωση στο χώρο της εργασίας. Ο εργαζόμενος έχει ανάγκη από εκδήλωση αγάπης, συμπαραστάσης και σεβασμού της προσωπικότητάς του. Επιθυμεί αναγνώριση του έργου του και συνάμα κοινωνική καταξίωση αφού με την εργασία του συμβάλλει και αυτός στην κοινωνική πολιτιστική και τεχνολογική πρόοδο.

Γενικότερα ο εργαζόμενος έχει απαιτήσεις, υλικές αλλά κυρίως ηθικές, ψυχολογικές, κοινωνικές και ο ρόλος της επιχείρησης πρέπει να κινηθεί προς αυτή την κατεύθυνση. Η επιχείρηση οφείλει να σταθμίσει τα συμπεράσματα των επιστημών της κοινωνιολογίας, ψυχολογίας, σχεδιοδυναμικής παιδαγωγικής και άλλων συναφών προς το

αντικείμενο, να αντιμετωπίσει τον άνθρωπο ως "ολότητα" και να παίξει ανάλογα το ρόλο της. Αυτός ο κοινωνικός και ανθρωπιστικός ρόλος δεν προβλέπεται από διατάξεις νόμων και συνδικαλιστικές συνταγές. Το περιεχόμενό του διαμορφώνεται μέσα στην επιχείρηση και συμμετέχουν όλοι οι παράγοντες.

Με άλλα λόγια σήμερα οι βιολογικές κατώτερες ανάγκες του ανθρώπου ικανοποιήθηκαν σχετικά και θεσμοθετήθηκαν από την εργατική πολιτική των κυβερνήσεων. Τώρα αντιμετωπίζονται και προβάλλονται ανάγκες ιεραρχικά ανώτερες που απευθύνονται στην ικανοποίηση των ψυχοσυναισθηματικών ιδιοτήτων του ανθρώπου, όπως είναι η αξιοπρέπεια, αυτοαξιοποίηση ικανοτήτων, οι κοινωνικές διακρίσεις κ.λπ. Ο "προστατευτισμός" μετατράπηκε σε αυτόνομη και ισότιμη ενσωμάτωση του εργαζομένου στην κοινωνία, ο οποίος από "προστατευόμενο" μέλος γίνεται προστάτης και ισότιμος συντελεστής της κοινωνικής προόδου. Εξαντλήθηκε δηλαδή η κοινωνική πολιτική του προστατευτισμού και η παραχώρησε τη θέση της στη κοινωνική πολιτική της συνεργασίας.

Τέλος, κατά μία άλλη άποψη, ανάμεσα στην επιχείρηση και τον εργαζόμενο καλλιεργείται ένα "Ψυχολογικό συμβόλαιο" που στηρίζεται στη κοινή ανταλλαγή και αμοιβαιότητα ατόμου και επιχείρησης. Περιέχει την ομαλοποίηση των σχέσεων της επιχείρησης και των προσδοκιών του εργαζομένου. Αυτό σημαίνει ότι, προϋπόθεση λειτουργίας του "ψυχολογικού συμβολαίου", είναι η ικανοποίηση των υλικών και ψυχολογικών αναγκών του ατόμου αφ' ετέρου η υποχρέωση του ατόμου να αποδώσει για την πραγμάτωση των στόχων της επιχείρησης. Τελευταία μάλιστα επικρατεί η τάση ώστε το ψυχολογικό συμβόλαιο από πιεστικό/ υπολογιστικό να γίνει ηθικό/κανονιστικό. Αφού, δηλαδή τα μέρη μιας επιχείρησης εκτελούν το καθήκον τους και

εκπληρώνονται οι στόχοι τους, πρέπει η Διοίκηση να αλλάξει συμπεριφορά και να δώσει στους εργαζομένους περισσότερες ευκαιρίες για προσωπική ικανοποίηση, ανάπτυξη και συμμετοχή στη διαδικασία λειτουργίας και της λήψης αποφάσεων.

Συνοψίζοντας θα λέγαμε ότι:

- Η προσωπικότητα του ατόμου είναι ανεπανάληπτη και μέσα από τις γνήσιες ανθρώπινες-εργασιακές σχέσεις καταξιώνεται.
- Η υποκίνηση στηρίζεται κυρίως στην ικανοποίηση των ψυχοσυναισθηματικών ιδιοτήτων του ανθρώπου.
- Η απαίτηση αυτή κυριαρχεί σήμερα ανάμεσα στις πολλές άλλες διεκδικήσεις και κατά συνέπεια ο ρόλος της επιχείρησης πρέπει να έχει χαρακτήρα περισσότερο κοινωνικό-ανθρωπιστικό γιατί έτσι θα επιτύχει καλύτερα τους οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1. ΣΧΕΔΙΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Μέσα στα τελευταία είκοσι χρόνια, το σχέδιο των γραφείων επιχείρησης έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό. Αντί του παραδοσιακού γραφείου με το περιορισμένο σχέδιο ορόφου και τα βαριά, παραδοσιακά έπιπλα, πολλές εταιρίες έχουν μετατρέψει τα γραφεία τους σε σχέδιο ενιαίου χώρου και χρησιμοποιούν λιτά, αρθρωτά έπιπλα, γνωστά ως συστήματα επίπλωσης. Σήμερα, στις νέες και ανακαινισμένες εγκαταστάσεις, το σχέδιο ενιαίου χώρου είναι ο κανόνας παρά η εξαίρεση.

6.1.1. ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Το παραδοσιακό γραφείο διακρίνεται για τους τοίχους που φθάνουν μέχρι την οροφή, τις συμπαγείς πόρτες, τα μόνιμα φώτα οροφής και τα βαριά ξύλινα ή μεταλλικά έπιπλα γραφείου. Ο χώρος εργασίας του διοικητικού βοηθού περιλαμβάνει ξύλινο ή μεταλλικό έπιπλο γραφείου, καρέκλα και ερμάριο. Ο φωτισμός, η αποθήκευση αρχείων και τα ράφια είναι ξεχωριστά στοιχεία και μερικές φορές δεν είναι εύκολα προσπελάσιμα.

Στο παραδοσιακό γραφείο, το γραφείο του διοικητικού βοηθού

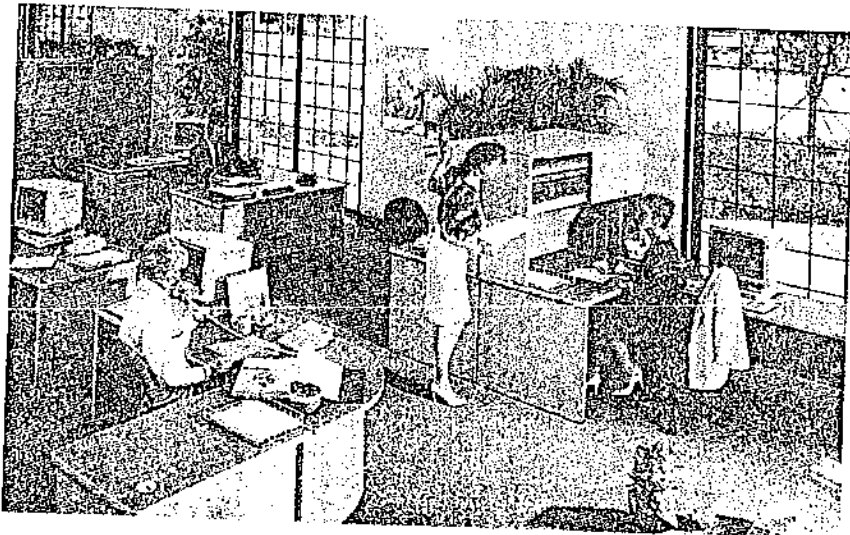
μπορεί να βρίσκεται σε οποιονδήποτε από τους ακόλουθους τέσσερις χώρους: ο διοικητικός βοηθός που παρουσιάζεται σε διευθυντικό στέλεχος-μπορεί να έχει ατομικό γραφείο, αλλά τελευταία αυτό δε συνηθίζεται εξαιτίας του κόστους και του χώρου και της διατήρησης ενέργειας. Είναι περισσότερο συνηθισμένο το γραφείο του διοικητικού βοηθού να βρίσκεται είτε μέσα ή έξω από το γραφείο του στελέχους ή σ' ένα κοντινό χώρο με αρκετούς άλλους διοικητικούς βοηθούς.

6.1.2. ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΝΙΑΙΟΥ ΧΩΡΟΥ

Αντί για τοίχους μέχρι την οροφή, το γραφείο ενιαίου χώρου έχει κινητά χωρίσματα και χωρίσματα-οθόνες που επιτρέπουν τον ήχο. Σε αντίθεση με τα κοινά έπιπλα γραφείου, χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό ζωνόχρωμα συστήματα επίπλωσης με χωρίσματα και άλλα παρόμοια αντικείμενα. Οι ατομικοί χώροι εργασίας είναι αυτόνομες κινητές μονάδες, πολύ φθηνότερες από τα παραδοσιακά έπιπλα γραφείου. Ο κάθε χώρος προσαρμόζεται στις συγκεκριμένες ανάγκες του εργαζομένου και περιλαμβάνει φωτισμό, μηχανήματα και εξοπλισμό. Το γραφείο ενιαίου χώρου διακρίνεται επίσης για τους πίνακες, τις χοντρές μοκέτες και τα ζωντανά ή πλαστικά φυτά. Το γραφείο ενιαίου χώρου κάνει δυνατή την πραγματική οικονομία λόγω της ευκολίας με την οποία μπορούν να διευθετηθούν το προσωπικό και τα έπιπλα, της μείωσης των τετραγωνικών μέτρων που χρειάζεται ο κάθε εργαζόμενος και του χαμηλότερου κόστους των εξόδων.

Εκτός από τις ορατές αλλαγές στο γραφείο, ο ενιαίος χώρος διευκολύνει την εργασιακή ροή και επικοινωνία. Οι εργαζόμενοι τοποθετούνται σύμφωνα με τη ροή της εργασίας και είναι εύκολα ορατοί

από τον επόπτη. Αυτό το σχέδιο γραφείου τονίζει το γεγονός ότι οι εργαζόμενοι αποτελούν μέρος μιας διαδικασίας και άρα, αναπόσπαστο μέρος της ομάδας της εταιρίας. Στο σχήμα που ακολουθεί φαίνεται ένα παράδειγμα ενός γραφείου ενιαίου χώρου.



Γραφείο ενιαίου χώρου

Ένα μειονέκτημα του ενιαίου χώρου είναι η απώλεια ιδιωτικών στιγμών. Οι συζητήσεις, τα τηλέφωνα που χτυπούν, το βουητό και ο μεταλλικός ήχος των ηλεκτρονικών εξοπλισμών συμβάλλουν στο θόρυβο ενός χώρου. Το πρόβλημα ενισχύεται και από το γεγονός ότι οι χώροι εργασίας εν απέχουν πολύ μεταξύ τους. Η διάσπαση της προσοχής, λοιπόν, είναι συχνό φαινόμενο. Μια λύση είναι η χρήση καθορισμένων χώρων κίνησης, όπως είναι οι κύριοι διάδρομοι. Άλλη πρόταση είναι η τοποθέτηση των επίπλων του χώρου εργασίας έτσι ώστε να μην είναι στραμμένα προς την είσοδο του χώρου εργασίας. Ωστόσο η πιο αποτελεσματική λύση είναι ο κάθε εργαζόμενος να σέβεται κάθε στιγμή τους συναδέλφους του.

Σ' ένα ενιαίο γραφείο η εργασία με εμπιστευτικές πληροφορίες απαιτεί ιδιαίτερη ετοιμότητα. Ο διοικητικός βοηθός που χειρίζεται απόρρητο υλικό θα πρέπει να επαγρυπνεί για την περίπτωση που θα πρέπει να κλείσει την οθόνη του υπολογιστή, να καλύψει τον εκτυπωτή μ' ένα χαρτί και/ή να τοποθετήσει χαρτιά εργασίας σε συρτάρι, όταν πελάτες ή άλλα άτομα ίσως βρίσκονται αρκετά κοντά ώστε να διαβάσουν ακούσια το υλικό.

Ένα άλλο μειονέκτημα του ενιαίου γραφείου είναι η ανάγκη για αυξημένη προστασία των ατόμων και των εξοπλισμών. Η μεγαλύτερη ευκολία προσέγγισης των ενιαίων χώρων ίσως να απαιτεί την παρουσία προσωπικού ασφαλείας 24 ώρες το 24ωρο.

6.1.3. Ο ΕΡΓΟΝΟΜΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο αυτοματισμός του γραφείου έχει προκαλέσει πολλές ανησυχίες σχετικές με την ποιότητα της ζωής στο γραφείο για τους υπαλλήλους. Για παράδειγμα, τα περισσότερα παραδοσιακά έπιπλα γραφείου δεν αρμόζουν στις ανάγκες του ηλεκτρονικού γραφείου. Για το λόγο αυτό, έχει καθιερωθεί μια νέα επιστήμη με σκοπό να αυξήσει την άνεση και την απόδοση των υπαλλήλων.

- Το εργονομικό περιβάλλον αυξάνει την παραγωγικότητα και προστατεύει την υγεία των εργαζομένων

Η Εργονομική (από τη λέξη έργον) είναι η επιστήμη που προσαρμόζει εξοπλισμούς, εργασιακές συνήθειες, και εργασιακό περιβάλλον στις σωματικές και ψυχικές ανάγκες των εργαζομένων. Η επιστήμη αυτή ασχολείται με το σχέδιο εξοπλισμών και επίπλων, τη

διαρρύθμιση του γραφείου, την ακουστική, το χρώμα, τον έλεγχο της θερμοκρασίας και μ' άλλες πλευρές του εργασιακού περιβάλλοντος. Ο χώρος εργασίας που ικανοποιεί τις ανάγκες των υπαλλήλων του σύγχρονου ηλεκτρονικού γραφείου αναφέρεται ως εργονομικός χώρος εργασίας.



Ένας εργονομικός χώρος εργασίας

Τα πιο σημαντικά στοιχεία ενός εργονομικού χώρου εργασίας είναι η άνετη θέση και ο σωστός φωτισμός. Ο κοινός υπάλληλος κάθεται περίπου έξι ώρες την ημέρα. Το κάθισμα θα πρέπει να κατανέμει σωστά το βάρος, να περιλαμβάνει πλάτη που θα υποστηρίζει τη σπονδυλική στήλη, και να έχει κοντά χέρια με ρυθμιζόμενο ύψος. Αφού όλοι οι άνθρωποι δεν είναι ίδιοι, το κάθισμα θα πρέπει να είναι ρυθμιζόμενο' οι υπάλληλοι θα πρέπει να μπορούν να ξεκουράσουν τα χέρια τους στο έπιπλο γραφείου και τα πόδια τους στο πάτωμα. Το κάθισμα με πέντε

πόδια παρέχει σταθερότητα' για εύκολη κίνηση, τα πόδια θα πρέπει να έχουν ρόδες. Συστήνονται στηρίγματα ποδιών για να μειώνεται η πίεση της μέσης και των ποδιών.

Δύο συστήματα φωτισμού χρειάζονται:

- ο έμμεσος φωτισμός για γενικό φωτισμό και
- ο ειδικός φωτισμός για το χώρο εργασίας.

Αυτός ο ειδικός φωτισμός θα πρέπει να είναι ρυθμιζόμενος για το χρήστη και ονομάζεται φωτισμός εργασίας.

Η επιφάνεια του γραφείου θα πρέπει να είναι αρκετά μεγάλη ώστε να χωράει όλους τους εξοπλισμούς και να έχει πλατιά επιφάνεια για τη γραφή και τη μελέτη αναφορών. Το ύψος της επιφάνειας εργασίας θα πρέπει να κυμαίνεται από 61εκ. μέχρι 88 εκ. Πρόσφατες εξελίξεις στο σχέδιο του χώρου εργασίας περιλαμβάνουν τη δυνατότητα ρύθμισης του ύψους της επιφάνειας εργασίας με το πάτημα ενός κουμπιού, στοιχείο πολύ σημαντικό, όταν οι χώροι εργασίας μοιράζονται από πολλούς υπαλλήλους. Θα πρέπει να προσφέρεται στοιχειοθέτης στο ύψος των ματιών για ευκολία ανάγνωσης ύλης που θα πληκτρολογείται στον υπολογιστή. Αντιστατικά τραπέζια και καλύμματα καθισμάτων χρειάζονται σε κάθε χώρο εργασίας για τη μείωση του στατικού ηλεκτρισμού που υπάρχει στο ηλεκτρονικό γραφείο.

Τα χωρίσματα (τοίχοι) του χώρου εργασίας διατίθενται σε ποικιλία ύψους. Μερικά φτάνουν από το πάτωμα ως την οροφή και ονομάζονται κινητοί τοίχοι. Άλλα χωρίσματα προσφέρουν διακριτικότητα στον υπάλληλο. Τα χωρίσματα θα πρέπει να έχουν ηχομονωτικές ιδιότητες, όπως είναι τα ειδικά υλικά. Θα πρέπει να

επιλέγονται χωρίσματα με απαλά χρώματα για να μειώνονται οι αντανακλάσεις και οι ακτινοβολίες. Θα πρέπει να περιλαμβάνονται επαρκείς χώροι αποθήκευσης είτε ως μέρος των χωρισμάτων ή ως ξεχωριστά τμήματα του χώρου εργασίας.

Ο χώρος εργασίας ενός σωματικά ανάπηρου υπαλλήλου θα πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες του. Για παράδειγμα, η επιφάνεια εργασίας ενός υπαλλήλου σε αναπηρικό καροτσάκι θα πρέπει να έχει το κατάλληλο ύψος για να τοποθετηθεί το καροτσάκι. Επίσης, το ερμάριο αρχείων θα πρέπει να είναι προσιτό. Επίσης είναι απαραίτητο να υπάρχουν φαρδείς διάδρομοι, κατάλληλες πόρτες εισόδου, χειραγωγοί και κιγκλιδώματα και κεκλιμένοι διάδρομοι.

6.2. ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

Καθώς αυξάνεται ο αριθμός των εργαζομένων που χρησιμοποιούν τερματικούς υπολογιστές κατά τη διάρκεια της εργασίας, άτομα από τους χώρους της βιομηχανίας, της εργασίας, της κυβέρνησης και της επιστήμης εξετάζουν τους σωματικούς κινδύνους που σχετίζονται με τη χρήση τους. Μολονότι οι περισσότερες μελέτες έρευνας των προβλημάτων που προκαλούν οι υπολογιστές αναφέρουν ότι υπάρχει πιθανότητα βλάβης από την ακτινοβολία, πολλές μελέτες δεν έχουν συναντήσει προβλήματα τέτοιου είδους. Ωστόσο, παραμένει αβέβαιο ποιο είναι το ασφαλές επίπεδο έκθεσης στη μαγνητική ακτινοβολία. Για το λόγο αυτό, προτείνεται οι τερματικοί υπολογιστές να τοποθετούνται σε απόσταση τουλάχιστον ενός μέτρου μεταξύ τους και οι υπάλληλοι να

απέχουν τουλάχιστον 71 εκ. από την οθόνη.

- *Η Εργονομική ασχολείται και με τα ευρεία θέματα της υγείας και ασφάλειας των υπαλλήλων στο χώρο εργασίας*

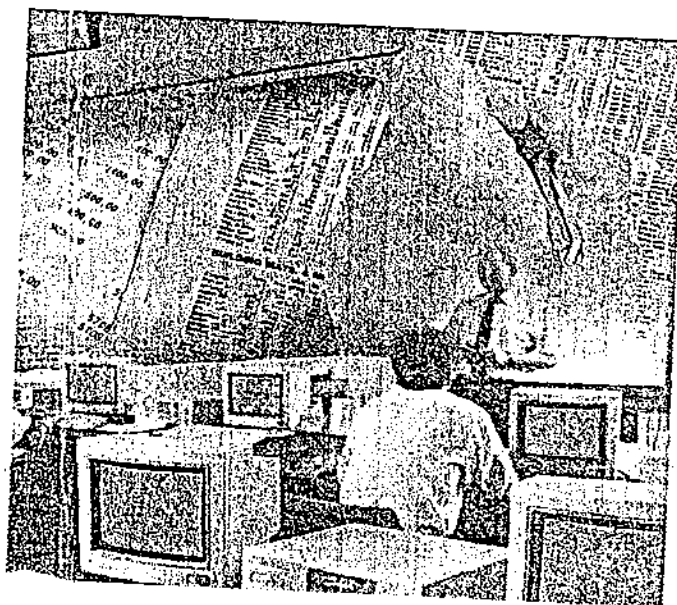
Οι εργαζόμενοι έχουν και άλλες υποθέσεις υγείας σχετικές με την εργασία. Τα κτίρια που στεγάζουν τα γραφεία συνήθως είναι χτισμένα με λιγότερα παράθυρα ή με παράθυρα που δεν ανοίγουν. Όσοι εργάζονται σ' αυτά τα συγκεκριμένα γραφεία βασίζονται απαραίτητα στις εγκαταστάσεις εξαερισμού για τη διασφάλιση της ποιότητας της ατμόσφαιρας. Το παθητικό κάπνισμα που δημιουργούν οι καπνίζοντες υπάλληλοι είναι σοβαρό πρόβλημα υγείας στο γραφείο. Η ποιότητα αέρα μπορεί να καταστραφεί και από συγκεκριμένα μονωτικά υλικά του κτιρίου και από τη χρήση μηχανημάτων που παράγουν θερμότητα και/ή εκβάλλουν οσμές. Επομένως, τα ανεπαρκή συστήματα θέρμανσης και ψύξης μπορούν να επηρεάσουν την υγεία του εργαζομένου.

Άλλοι τομείς που δημιουργούν ανησυχία σχετικά με τις επιδράσεις του εργασιακού περιβάλλοντος στην υγεία του υπαλλήλου είναι τα ατυχήματα και η ασφάλεια του γραφείου. Οι περισσότερες εταιρίες παίρνουν προληπτικά μέτρα για την αποφυγή ατυχημάτων στο χώρο εργασίας, όμως ατυχήματα συμβαίνουν. Όσον αφορά την ασφάλεια γραφείου, πολλές μεγάλες εταιρίες έχουν συστήματα ασφαλείας για την αποφυγή ατυχημάτων των εργαζομένων και καταστροφής του κτιρίου.

6.2.1. ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΔΙΑΘΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΡΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

Ένα κοινό παράπονο όσων χρησιμοποιούν τερματικούς

υπολογιστές είναι η κούραση των ματιών, που τις περισσότερες φορές προκαλείται από τον ακατάλληλο φωτισμό και την ακτινοβολία της οθόνης. Ο φωτισμός στο γραφείο πολλές φορές είναι πιο φωτεινός από τον απαιτούμενο για όσους χρησιμοποιούν το πληκτρολόγιο και την οθόνη των τερματικών υπολογιστών. Αυτή η περιττή λαμπρότητα δημιουργεί την ακτινοβολία της οθόνης και προκαλεί κούραση των ματιών, τσούξιμο των βλεφάρων, θολή όραση και πονοκεφάλους. Η λύση του προβλήματος είναι η χρήση ρυθμιζόμενου φωτισμού, τα φίλτρα αντι-ακτινοβολίας για τις οθόνες και, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, τα απαλά χρώματα στους τοίχους και τα χωρίσματα. Προτείνεται 15άλεπτο διάλειμμα κάθε δύο ώρες για να δίνεται στους χειριστές η ευκαιρία να ξεκουράζουν τα μάτια τους. Πολλές εταιρείες επιμένουν σε 15άλεπτο διάλειμμα ανά ώρα και μερικές απαιτούν οφθαλμολογικές εξετάσεις πριν την εργασία.



Χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών

Το δεύτερο σωματικό παράπονο των χειριστών είναι οι

σκελετικές και μυϊκές ενοχλήσεις, όπως είναι οι πόνοι στην πλάτη και τον αυχένα. Συχνά είναι τα παράπονα και για πόνους στον καρπό και τα δάχτυλα. Η ταχεία πληκτρολόγηση στο πληκτρολόγιο του υπολογιστή ισοδυναμεί με συνεχή επανάληψη μικρών κινήσεων στον καρπό και τα δάχτυλα. Πιθανή συνέπεια της λάθος τοποθέτησης του καρπού στο πληκτρολόγιο μπορεί να είναι το σύνδρομο καρπιαίου σωλήνα, σοβαρή ασθένεια του καρπού που κατατάσσεται στις ασθένειες που εκδηλώνονται λόγω επαναλαμβανόμενης πίεσης.

Τρίτο στην κατάταξη των σωματικών προβλημάτων των υπαλλήλων του αυτοματοποιημένου γραφείου είναι ο θόρυβος. Εξοπλισμοί επεξεργασίας κειμένων, φωτοτυπικά μηχανήματα σε συνεχή λειτουργία, τηλέφωνα που χτυπούν και οι κρουστικοί και άλλου είδους εκτυπωτές συνεισφέρουν στο επίπεδο θορύβου ενός γραφείου. Ο ανεξέλεγκτος θόρυβος μπορεί να προκαλέσει πόνους στο κεφάλι και τα αυτιά. Επίσης, ο θόρυβος μειώνει την ικανότητα των υπαλλήλων να συγκεντρώνονται και αυξάνει την οξυθυμία και την κούραση. Μάλιστα, η μακρόχρονη έκθεση σε επίπεδο θορύβου πάνω από 70 ντεσιμπέλ μπορεί να καταστρέψει την ακοή. Τα χωρίσματα που παρέχουν ηχομόνωση και τα καλύμματα στους εξοπλισμούς, τα πλακάκια οροφής που απορροφούν τον ήχο, η επένδυση του πατώματος και άλλα ηχομονωτικά αντικείμενα μπορούν να μειώσουν σημαντικά το επίπεδο θορύβου.

6.2.2. ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΡΟΣ ΧΕΙΡΙΣΤΕΣ ΤΕΡΜΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

1. Ν' αποφεύγεις να εργάζεσαι μπροστά από φωτεινό παράθυρο.

2. Ν' αποφεύγεις να εργάζεσαι με σκοτεινή οθόνη.
3. Να κάνεις 15άλεπτο διάλειμμα κάθε δύο ώρες.
4. Να εναλλάσσεις εργασίες: πληκτρολόγηση, έρευνα στοιχείων, κ.λπ.
5. Να σηκώνεσαι κάθε μισή ώρα. Να τεντώνεσαι.
6. Να κάνεις βόλτα στο διάδρομο.
7. Να κάνεις κάποιες ασκήσεις: να γυρίζεις το κεφάλι από τη μια πλευρά στην άλλη, να παίρνεις βαθιές εισπνοές, να σφίγγεις σε γροθιά με τα χέρια σου και μετά να τα χαλαρώνεις.
8. Να μην κοιτάς την οθόνη κάθε 15 λεπτά για 15-30 δευτερόλεπτα ή να μένεις με κλειστά τα μάτια για λίγα λεπτά.
9. Να εφαρμόζεις σωστή στάση σώματος στο χώρο εργασίας.

6.2.3. ΑΤΥΧΗΜΑΤΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Μολονότι πολλά ατυχήματα γραφείου προκαλούνται από απροσεξία υπαλλήλων, μερικά είναι αποτέλεσμα ανεπαρκούς τακτικής της εταιρίας ή παραμέλησης από την εταιρία επικίνδυνων καταστάσεων.

Οι πτώσεις αποτελούν περισσότερο από το ένα τρίτο των ατυχημάτων γραφείου και συμβαίνουν όταν:

- Συρτάρι γραφείου μένει ανοιχτό.
- Περνά απαρατήρητο ένα σχίσσιμο στη μοκέτα.
- Υπάλληλος περπατά ή τρέχει σε βρεγμένο πάτωμα.
- Εμπόδια, όπως καλώδια επέκτασης ή καλάθια ακρήστων αφήνονται στο διάδρομο.
- Οι εξοπλισμοί δε βρίσκονται στη θέση τους.
- Διάδρομοι και σκάλες δε φωτίζονται αρκετά.

- Χρησιμοποιούνται ασταθείς κινητές σκάλες για αρχειοθετήσεις.
- Υπάλληλος εισέρχεται γρήγορα από την παλινδρομική πόρτα και κάποιος άλλος βρίσκεται στην άλλη πλευρά.

Άλλη αιτία των ατυχημάτων γραφείου είναι το λάθος σήκωμα και η υπερκόπωση. Οι εργαζόμενοι υποφέρουν από στραμπουλήγματα και διαστρέμματα που προκαλούνται από τη μεταφορά εξοπλισμών, επίπλων, αρχείων, προμηθειών κ.ο.κ.

Στα γραφεία που επιτρέπεται το κάπνισμα, ατυχήματα συμπεριλαμβανομένης και της φωτιάς προκαλούνται από απρόσεκτες συνήθειες καπνίσματος, όπως ν' αφήνεις αναμμένο τσιγάρο ή ν' αδειάζεις το σταχτοδοχείο που περιέχει κάφτρες σε καλάθι αχρήστων γεμάτο με χαρτιά. Με την προσθήκη των υπολογιστών, των περιφερειακών εξοπλισμών και μικρών συσκευών στο χώρο εργασίας, ηλεκτρικές φωτιές μπορεί να προκύψουν αν είναι υπερφορτωμένα τα ηλεκτρονικά κυκλώματα. Όλες οι μικρές συσκευές όπως οι καφετιέρες, οι ανεμιστήρες, και συσκευές μαγειρικής, θα πρέπει να σβήνονται πριν την αποχώρηση από το γραφείο. Το ίδιο ισχύει για όλα τα μηχανήματα - φωτοτυπικά μηχανήματα, υπολογιστές κ.λπ.

Το κάθε γραφείο θα πρέπει να είναι εξοπλισμένο με σύστημα πυρόσβεσης, συναγερμό καπνού ή πυροσβεστήρες. Στο γραφείο που διατίθεται μόνο πυροσβεστήρας, ο κάθε υπάλληλος θα πρέπει να γνωρίζει πού βρίσκεται και πώς να το χρησιμοποιεί. Μάλιστα, ίσως προταθεί σε κάθε εργαζόμενο να έχει έναν πυροσβεστήρα σε κοντινή απόσταση.

Οι μεγάλοι οργανισμοί έχουν καθιερώσει γραπτούς κανονισμούς σε περίπτωση ατυχημάτων. Ανακοινώσεις που περιγράφουν αυτούς τους κανονισμούς τοποθετούνται σε χώρους που οι υπάλληλοι έχουν πρόσβαση. Ο κάθε εργαζόμενος θα πρέπει να γνωρίζει αυτούς τους

κανονισμούς και, σε περίπτωση ανάγκης, θα πρέπει να τους ακολουθήσει ρητά.

6.2.4. ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Δεν είναι σπάνιο φαινόμενο μερικοί υπάλληλοι να φθάνουν πολύ νωρίς στο γραφείο τους ή να παραμένουν μέχρι αργά για να τελειώσουν μια επείγουσα εργασία, να εργάζονται χωρίς διακοπές ή να περιμένουν το τρένο ή το όχημα της εταιρίας για να μεταφερθούν από το γραφείο στο σπίτι τους και το αντίστροφο. Οι υπερωρίες (επιπρόσθετες ώρες στο εβδομαδιαίο ωράριο των 35 ή 40 ωρών) συνηθίζονται σε πολλά γραφεία. Ο ωρομίσθιος υπάλληλος που είναι πρόθυμος να κάνει υπερωρίες ανταμείβεται με αύξηση του μισθού, εκτίμηση της διεύθυνσης και συχνά με προαγωγή.

Είναι ιδιαίτερα συχνό φαινόμενο σε κεντρικές περιοχές ή σε επιχειρήσεις η λειτουργία των οποίων είναι απόρρητης φύσης, να υπάρχουν φρουροί ασφαλείας που παρακολουθούν τις εισόδους και εξόδους ενός κτιρίου. Ελέγχουν τους επισκέπτες εκδίδοντας άδειες εισόδου ορισμένες φορές οδηγούν του επισκέπτες του γραφείου στον προορισμό τους. Οι φρουροί ασφαλείας εργάζονται περισσότερο από άλλους υπαλλήλους προκειμένου να διατηρήσουν την ασφάλεια των εργαζομένων και των κτιρίων. Παρά το γεγονός ότι το κτίριο μπορεί να ελέγχεται από οθόνες ή φρουρούς, οι υπάλληλοι θα πρέπει να προσέχουν τα προσωπικά τους αντικείμενα. Τα πολύτιμα αντικείμενα θα πρέπει να τοποθετούνται σε ασφαλή θέση. Επιπλέον, αν κάποιος ύποπτος άγνωστος βρεθεί στο γραφείο θα πρέπει να τον σταματήσει και να τον ρωτήσει "Να σας βοηθήσω να εντοπίσετε το σωστό γραφείο;".

Αν έχεις συνηθίσει να φθάνεις πολύ νωρίς ή πιστεύεις ότι θα εργαστείς μέχρι αργά, θα πρέπει να μάθεις για τα μέτρα ασφαλείας της εταιρείας. Αν δεν υπάρχουν καθορισμένοι κανονισμοί, θα πρέπει να θέσεις δικούς σου και να τους ακολουθήσεις. Θα μπορούσες να αναφέρεις στον εργοδότη σου τα πλεονεκτήματα ενός συστήματος ασφαλείας που μπορεί να ενεργοποιηθεί από στρατηγικές θέσεις στο γραφείο.

Δεν είναι πολύ πιθανό ένα μικρό γραφείο ή κτίριο να διαθέτει δύναμη ασφαλείας. Αν εργάζεσαι σε τέτοιο γραφείο, να αποφεύγεις να βρίσκεσαι μόνος σου στο γραφείο πριν και μετά τις εργάσιμες ώρες και κατά τη διάρκεια του μεσημεριανού διαλείμματος. Αν πρέπει να εργαστείς μόνος σου σ' ένα γραφείο χωρίς προστασία, ιδιαίτερα μετά την εργασία, να ενημερώσεις κάποιον στο σπίτι σου ότι θα εργαστείς μέχρι αργά και να τηλεφωνήσεις ξανά μόλις είσαι έτοιμος να φύγεις. Αν γνωρίζεις εκ των προτέρων ότι θα εργαστείς ως αργά να σταθμεύσεις το αυτοκίνητό σου σε καλά φωτισμένο χώρο. Όση ώρα εργάζεσαι, να έχεις κλειδώσει όλες τις πόρτες και να μην επιτρέψεις σε κανέναν, την είσοδο στο γραφείο σου. Να εντείνεις την αντίληψή σου για τα πράγματα γύρω σου. Να είσαι ιδιαίτερα ευαίσθητος σε πιθανές επικίνδυνες καταστάσεις. Αν ο εκτυπωτής σου βρίσκεται σε λειτουργία, να γνωρίζεις ότι ο ήχος μεταφέρεται και γίνεται φανερό ότι κάποιος βρίσκεται στο γραφείο. Αν ακούσεις περίεργους θορύβους να ζητήσεις βοήθεια. Να μην ερευνησεις μόνος σου. Μια άλλη πρόταση είναι να μη χρησιμοποιήσεις την τουαλέτα εάν δε βρίσκεται σε διάδρομο. Δεν είναι ασφαλές να μπεις ακόμα και σε τουαλέτα που κλειδώνει αν είσαι ο μοναδικός που δουλεύεις ως αργά.

Καθώς φεύγεις από το κτίριο να ελέγξεις το χώρο στάθμευσης

πριν κλειδώσεις την πόρτα του κτιρίου και να έχεις έτοιμα τα κλειδιά για ν' ανοίξεις το αυτοκίνητό σου. Να περπατάς σε φωτεινές περιοχές προς το αυτοκίνητό σου και να κοιτάξεις εντός του αυτοκινήτου σου, ιδιαίτερα στο πίσω κάθισμα, προτού μπεις μέσα. Ασφαλής τακτική είναι να κλειδώνεις το αυτοκίνητό σου καθώς μπαίνεις ή βγαίνεις.

6.2.5. ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΑΠΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥΣ ΒΟΗΘΟΥΣ

1. Να ενημερώσεις το φρουρό ή το τμήμα προσωπικού ότι εργάζεσαι ως αργά και πότε υπολογίζεις να φύγεις.
2. Να βρίσκεσαι με άλλους που εργάζονται ως αργά ή κοντά στο συναγερμό.
3. Να εργάζεσαι δίπλα σε τηλέφωνο και να έχεις πρόχειρα τηλέφωνα ανάγκης.
4. Να κλειδώσεις όλες τις πόρτες που οδηγούν στο χώρο εργασίας σου.
5. Να γνωρίζεις σε ποιες περιπτώσεις θα σε βοηθήσουν οι φρουροί και να έχεις φιλική σχέση μαζί τους.
6. Να καλέσεις το ασανσέρ αυτοεξυπηρέτησης πριν κλειδώσεις την πόρτα του γραφείου σου.
7. Να μπεις στο ασανσέρ μόνο αφού βεβαιωθείς ότι είναι άδειο. Να στέκεσαι κοντά στα κουμπιά.
8. Να επιστρέφεις σπίτι με άλλους ή να σε συνοδεύει ο φρουρός στο αυτοκίνητό σου ή στο όχημα που σε μεταφέρει.

6.2.6. ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Οι καταστάσεις ανάγκης στο γραφείο είναι ξαφνικές και απρόσμενες απαιτούν αυξημένη προσοχή. Καθυστερημένες αντιδράσεις σε κατάσταση ανάγκης μπορεί να επιφέρουν χάος, καταστροφή της ιδιοκτησίας και/ή απώλεια ζωής. Οι μεγάλοι οργανισμοί έχουν προγράμματα καταστάσεων ανάγκης και οι υπάλληλοι είτε έχουν αντίγραφο ή μπορούν να έχουν πρόσβαση σ' αυτά μέσω του υπολογιστή. Τα μικρότερα γραφεία επικολλούν σε εμφανή σημεία τις διαδικασίες έκτακτης ανάγκης.

Σε περίπτωση φωτιάς ή βόμβας, οι εργαζόμενοι πρέπει να εκκενώσουν το κτίριο. Να χρησιμοποιείς τις σκάλες και όχι το ασανσέρ. Εάν βρίσκεσαι στο γραφείο σου, όταν σημάνει ο συναγερμός, να πάρεις τα πολύτιμα αντικείμενα μαζί σου. Αν, όμως, δε βρίσκεσαι στο γραφείο, μην προσθέσεις και άλλη συμφορά επιστρέφοντας στο γραφείο σου. Να κατευθυνθείς προς την πλησιέστερη έξοδο.

Αν είσαι υπεύθυνος για πολύτιμα αρχεία της εταιρείας, να τα τοποθετήσεις σε ασφαλή χώρο όσο το δυνατόν πιο γρήγορα. Οι επόπτες φεύγουν τελευταίοι από το γραφείο και μόνο αφού βεβαιωθούν ότι όλοι οι υπάλληλοι έχουν εκκενώσει το κτίριο.

Οι κανονισμοί καταστάσεων ανάγκης θα πρέπει να περιλαμβάνουν λίστα των υπαλλήλων που μπορούν να παρέχουν πρώτες βοήθειες για ασθένειες ή σοβαρά ατυχήματα, όπως καρδιακές προσβολές, εγκαύματα ή πνιγμό. Θα πρέπει να περιλαμβάνονται οι αριθμοί των τηλεφώνων των ομάδων καταστάσεων ανάγκης, των ασθενοφόρων, των ιατρών, του πλησιέστερου νοσοκομείου καθώς και άλλες παρόμοιες πληροφορίες. Τα κουτιά οξυγόνου και πρώτων βοηθειών είναι σταθεροί εξοπλισμοί στα περισσότερα γραφεία. Επίσης

καλό είναι να γίνονται σεμινάρια πρώτων βοηθειών.

6.3. ΥΠΟΔΟΧΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Οι τρόποι υποδοχής των επισκεπτών γραφείου ποικίλλουν μεταξύ εταιρειών. Οι μεγάλοι οργανισμοί έχουν συνήθως χώρο υποδοχής κοντά στην κύρια είσοδο. Στο χώρο αυτό ο υπάλληλος υποδοχής βοηθά τους επισκέπτες να καθορίσουν ποιο τμήμα ή άτομο θέλουν να επισκεφτούν και μετά ειδοποιούν τον κατάλληλο διοικητικό βοηθό για να μάθουν αν ο εργοδότης είναι διαθέσιμος. Αν ο επισκέπτης έχει ραντεβού, τότε ο υπάλληλος υποδοχής δίνει στον επισκέπτη οδηγίες για το γραφείο. Σε ορισμένα γραφεία ο ίδιος ο διοικητικός βοηθός συνοδεύει τον επισκέπτη στο σωστό χώρο. Σε γραφεία που απαιτείται έλεγχος ασφαλείας, ο υπάλληλος υποδοχής ειδοποιεί το διοικητικό υπάλληλο μόλις τελειώσουν οι διαδικασίες ασφαλείας και στη συνέχεια ο διοικητικός βοηθός συναντά τον επισκέπτη στο χώρο υποδοχής. Όταν ο διοικητικός βοηθός κατευθύνει τον επισκέπτη σε γραφείο, αυτός ή αυτή βαδίζει λίγο πιο μπροστά, ανοίγει τυχόν πόρτες, πατά τα κουμπιά του ασανσέρ και κάνει συζητήσεις περί ανέμων και υδάτων (ο καιρός, το χθεσινό παιχνίδι κ.λπ.).

Σε μικρές εταιρείες, μπορεί να χρησιμοποιήσει το τηλέφωνο στην αίθουσα αναμονής για να ανακοινώσει την άφιξή του. Αν ο επισκέπτης έχει ραντεβού, ο διοικητικός βοηθός τού δίνει οδηγίες ή τον συνοδεύει ο ίδιος στο γραφείο.

Ο διοικητικός βοηθός που εργάζεται σε μικρή εταιρεία αποτελεί την πρώτη επαφή του επισκέπτη με την εταιρεία. Οι επισκέπτες μπορεί να έχουν ή να μην έχουν ραντεβού. Ο διοικητικός βοηθός πρέπει να

αποφασίζει αμέσως αν ο επισκέπτης βρίσκεται στο σωστό χώρο, αν θα του επιτρέψει να συναντήσει τον εργοδότη, αν θα προγραμματίσει ραντεβού για κάποια άλλη φορά ή αν θα αρνηθεί ραντεβού.

Όποια και να είναι η οργάνωση του γραφείου, ο διοικητικός βοηθός έχει διπλή υποχρέωση:

- να ακολουθήσει τις οδηγίες και τους κανονισμούς που έθεσε ο εργοδότης και, δεύτερον,
- να παρέχει φιλόξενο κλίμα γραφείου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

7.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι σύγχρονοι υπολογιστές επηρεάζουν κάθε πλευρά της ζωής μας. Στην καθημερινή μας ζωή αλληλεπιδρούμε με τους υπολογιστές, όταν κάνουμε συναλλαγές στην τράπεζα, αγοράζουμε από καταστήματα λιανικής πώλησης, ελεγχόμαστε στο γραφείο του γιατρού ή στα νοσοκομεία και συχνά στο ίδιο μας το σπίτι. Όταν αρχίσεις να εργάζεσαι ως διοικητικός βοηθός θα χρησιμοποιείς τον υπολογιστή για να εκτελείς πολλά από τα εργασιακά σου καθήκοντα.

Η εκρηκτική ανάπτυξη της τεχνολογίας υπολογιστών έχει ευνοήσει σημαντικά το διοικητικό βοηθό. Η παραγωγικότητα του διοικητικού βοηθού έχει αυξηθεί μέσω της χρήσης ποικιλίας εφαρμογών προγραμμάτων που διατίθενται για συστήματα υπολογιστών. Ωστόσο, οι γνώσεις υπολογιστών των σύγχρονων διοικητικών βοηθών δεν πρέπει να σταματούν στη χρήση μικροϋπολογιστών για βασική επεξεργασία κειμένου, spreadsheet (λογιστικά φύλλα), και εφαρμογές βάσης δεδομένων. Πολλοί διοικητικοί βοηθοί ζητείται ν' αποκτήσουν επιδεξιότητες στην εγκατάσταση και την εφαρμογή προγραμμάτων και στην επισκευή του υλικού μέρους. Άλλοι θα πρέπει να κατανοήσουν τα συστήματα λειτουργίας υπολογιστών και τα υπερσύγχρονα macro creation (σειρά πλήκτρων που μπορεί να εισάγονται κάτω από

συγκεκριμένο όνομα δίνοντας τη δυνατότητα στο χειριστή να χρησιμοποιεί λιγότερα πλήκτρα). Ο διοικητικός βοηθός μπορεί να γίνει πολύτιμο μέλος της διοικητικής ομάδας χρησιμοποιώντας όλες τις δυνατότητες των τεχνικών εξοπλισμών και προγραμμάτων που διατίθενται.

7.2. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

Ο διοικητικός βοηθός στο σύγχρονο γραφείο θα συναντήσει πολλά είδη συστημάτων υπολογιστών. Τα συστήματα μπορεί να περιλαμβάνουν κεντρικούς υπολογιστές, μίνι υπολογιστές, μικροϋπολογιστές και φορητούς υπολογιστές.

7.2.1. ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ

Ο κεντρικός υπολογιστής, που είναι μεγάλος σε μέγεθος, έχει τη μεγαλύτερη δυνατότητα για να αποθηκεύσει και να επεξεργαστεί γρήγορα πληροφορίες. Οι υπολογιστές αυτοί έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν ταυτόχρονα με πλήθος χρηστών. Σε μερικές περιπτώσεις, ο κεντρικός υπολογιστής είναι ανώτερος από τους μίνι υπολογιστές και τους μικροϋπολογιστές όσον αφορά τις πολλές ή υπερσύγχρονες εφαρμογές.

Οι κεντρικοί υπολογιστές χρησιμοποιούνται σε μεγάλους οργανισμούς όπως κυβερνητικά γραφεία, νοσοκομεία, σωματεία, πανεπιστήμια και εταιρίες που πουλούν χρόνο για υπολογιστές σε μικρότερες εταιρίες. Στο γραφείο που χρησιμοποιείται κεντρικός

υπολογιστής σίγουρα θα εργάζεται προσωπικό από τεχνικούς υπολογιστών για να παρακολουθούν τη λειτουργία του υπολογιστή και να διασφαλίσουν τη σωστή του λειτουργία. Αυτά τα μέλη του προσωπικού μπορούν να βοηθήσουν, όταν παρουσιάζονται δυσκολίες επικοινωνίας ή προγραμμάτων.

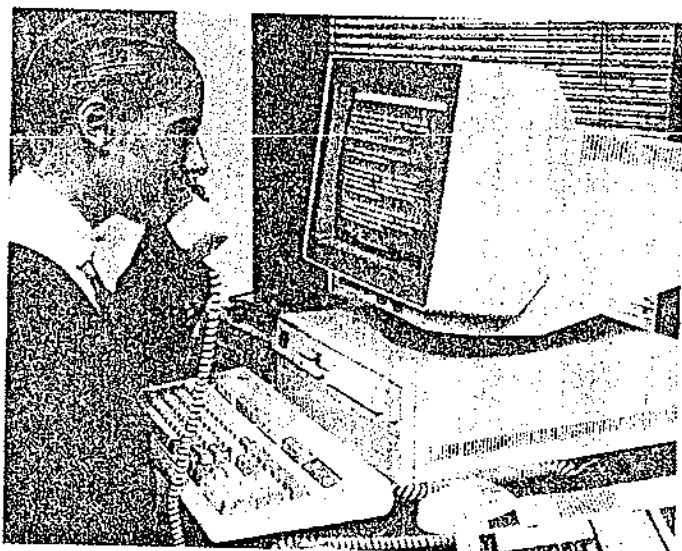
7.2.2. ΜΙΝΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Οι μίνι υπολογιστές χρησιμοποιούνται σε γραφεία όπου η δυνατότητα ενός κεντρικού υπολογιστή είναι πολύ μεγάλη, αλλά χρειάζεται περισσότερη δύναμη εκτέλεσης εργασιών από αυτήν που παρέχει ο μικροϋπολογιστής. Πολλοί χώροι εργασίας μπορούν να συνδεθούν με το μίνι υπολογιστή. Στην πραγματικότητα είναι ή μικρότερη εκδοχή του κεντρικού υπολογιστή. Ο μίνι υπολογιστής είναι ιδιαίτερα χρήσιμος στα μηχανολογικά γραφεία, τα επιστημονικά εργαστήρια ή στις αρχιτεκτονικές εταιρείες όπου γίνονται πολλοί μαθηματικοί υπολογισμοί ή όπου η σχεδίαση με τη βοήθεια υπολογιστή είναι σημαντικό τμήμα του φόρτου εργασίας. Σ' αυτούς τους χώρους, ο μίνι υπολογιστής επιτρέπει την ταυτόχρονη χρήση ποικιλίας προγραμμάτων εφαρμογών από πολλούς χρήστες.

7.2.3. ΜΙΚΡΟΎΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Το πιο δημοφιλές σύστημα υπολογιστή που χρησιμοποιείται σήμερα στο γραφείο είναι ο μικροϋπολογιστής. Ο μικροϋπολογιστής έχει διαθέσει τη δύναμη εκτέλεσης εργασιών σε διοικητικούς, βοηθούς και προσωπικό διοίκησης. Ο μικροϋπολογιστής, που ονομάζεται έτσι

από το μικροτσίπ που τον κατέστησε πραγματικότητα, είναι αρκετά μικρός ώστε να τοποθετηθεί σε γραφείο εργασίας. Το συνηθισμένο σύστημα μικροϋπολογιστή αποτελείται από οδηγό δισκέτας και οδηγό σκληρού δίσκου, εκτυπωτή και πιθανώς καλωδιακή σύνδεση με δίκτυο που ενώνει τους μικροϋπολογιστές με άλλους μικροϋπολογιστές, κεντρικούς υπολογιστές ή μίνι υπολογιστές.



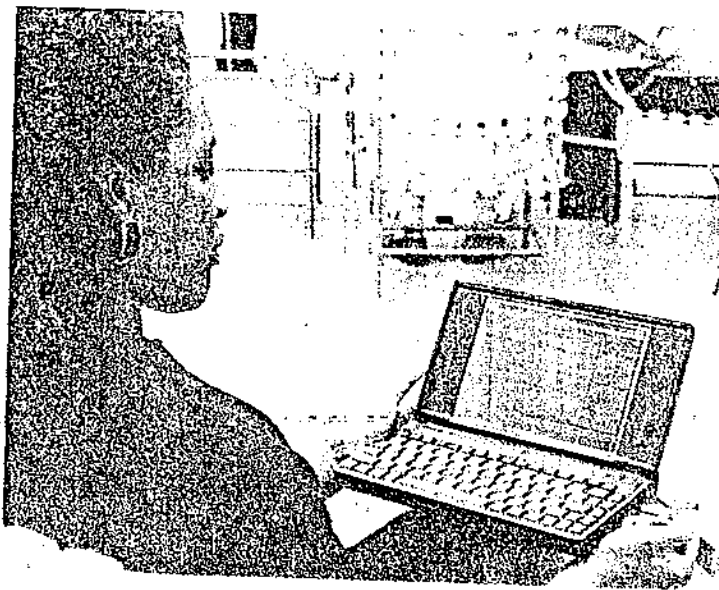
Ο μικροϋπολογιστής δίνει τη δυνατότητα στο διοικητικό βοηθό να ολοκληρώνει πιο αποδοτικά πολλές εργασίες

7.2.4. ΦΟΡΗΤΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Ένα γρήγορα αναπτυσσόμενο τμήμα της αγοράς μικροϋπολογιστών είναι ο φορητός υπολογιστής. Αυτό το είδος μικροϋπολογιστή είναι δημοφιλές σε καταστάσεις όπου οι δυνατότητες εκτέλεσης εργασιών σε Η/Υ χρειάζονται μακριά από το γραφείο ή σε όποια κατάσταση δεν απαιτείται μόνιμος χώρος εργασίας υπολογιστή.

Οι φορητοί υπολογιστές χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες σύμφωνα με το βάρος και το μέγεθος. Στις κατηγορίες αυτές περιλαμβάνονται οι υπολογιστές laptop, σημειωματάρια και palmtop.

Οι φορητοί υπολογιστές λειτουργούν με μπαταρία και συνήθως περιέχουν οδηγό δισκέτας, οδηγό σκληρού δίσκου, οθόνη και πληκτρολόγιο. Ο υπολογιστής διαθέτει συνδετήρες ώστε, όταν ο περιοδευών αντιπρόσωπος επιστρέφει στο γραφείο, ο εκτυπωτής να συνδέεται για την εκτύπωση εγγράφων που δημιουργήθηκαν όσο έλειπε από το γραφείο. Οι περισσότεροι φορητοί υπολογιστές έχουν και βύσμα σύνδεσης για μόντεμ, συσκευή που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων με άλλους υπολογιστές από τηλεφωνικές γραμμές. Οι φορητοί υπολογιστές είναι δημοφιλείς στους περιοδευόντες αντιπροσώπους, λογιστές και άλλους που εκτιμούν την ευκολία ενός υπολογιστή όσο διάστημα λείπουν από το γραφείο.



Ο φορητός υπολογιστής επιτρέπει στο άτομο που λείπει από το γραφείο
του να ολοκληρώσει σημαντικά έγγραφα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΡΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΩΝ ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ - ΕΙΔΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

8.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία μετατόπισαν τις επιχειρήσεις σε μια κοινωνία πληροφοριών. Αυτή η αυξημένη ανάγκη για πληροφορίες γέννησε νέους τρόπους σκέψης όσον αφορά την ανάγκη αρχειοθέτησης χιλιάδων εγγράφων που δημιουργούνται κάθε μέρα. Παρά τις προηγούμενες προβλέψεις για "γραφείο χωρίς χαρτιά", περισσότερο από το 90% όλων των αρχειοθετήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες εξακολουθεί να περατώνεται με τη χρήση χαρτιού. Τα αρχεία σε χαρτί εξακολουθούν να αυξάνονται με ποσοστό 8% το χρόνο. Περίπου 100 δις. έγγραφα δημιουργούνται κάθε χρόνο.

Η μικρογραφία (η δημιουργία, η χρήση και η αποθήκευση εικόνων και δεδομένων σε φιλμ) και η εικονοποίηση (η μετατροπή εικόνων σε ψηφιακά ηλεκτρονικά δεδομένα) χρησιμοποιούνται για τις εφαρμογές διαχείρισης δεδομένων σε πολλά σύγχρονα γραφεία. Όσο περισσότερα αρχεία παράγονται, τόσο αυξάνεται η ανάγκη για εύκολη πρόσβαση, όταν χρειάζονται στη λήψη αποφάσεων. Ταυτόχρονα, αυξάνεται η ανάγκη για εύκολη απομάκρυνση, όταν δεν είναι πλέον χρήσιμα. Συνεπώς, η χρήση αυτών των τεχνολογιών θα διευρυνθεί ώστε η διαχείριση αρχείων να μπορεί να γίνει περισσότερο αποδοτική και αποτελεσματική.

8.2. ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Επειδή η διαχείριση αρχείων και εικόνων έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία, ο διοικητικός βοηθός δε θα πρέπει μόνο να ακολουθεί σωστές εφαρμογές αρχειοθέτησης αλλά και να εισάγει τη χρήση των νέων τεχνολογιών που διατίθενται για να βελτιώσει τη διαδικασία διαχείρισης αρχείων. Στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε τα καθήκοντα αρχειοθέτησης του διοικητικού βοηθού, τις διάφορες μεθόδους ηλεκτρονικής και χειρωνακτικής αρχειοθέτησης, τους εξοπλισμούς και τα υλικά αρχειοθέτησης, τους κανονισμούς αρχειοθέτησης και την προσκόμιση αρχείων, τους τρόπους σωστής αρχειοθέτησης, τη διατήρηση και τη μεταφορά αρχείων και τη δημιουργία επίσημων αρχείων της εταιρείας.

8.2.1. ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ

Το υλικό θα πρέπει να αρχειοθετηθεί σύμφωνα με το πώς προσδιορίζεται και πώς ζητείται και σύμφωνα με τους τυποποιημένους κανόνες αρχειοθέτησης. Οι πέντε βασικές μέθοδοι αρχειοθέτησης είναι:

- η αλφαβητική,
- η θεματική,
- η αριθμητική,
- η γεωγραφική και
- η χρονολογική.

Αλφαβητική Αρχειοθέτηση

Το μεγαλύτερο τμήμα των αρχειοθετήσεων που πραγματοποιείται στο γραφείο, ίσως μέχρι και το 80%, είναι αλφαβητικό δηλαδή, τα

Στην ουσία, το θεματικό αρχείο είναι αλφαβητικό αρχείο. Οι τίτλοι είναι οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούνται στον εντοπισμό του αρχειοθετημένου υλικού. Η χρήση σαφών, συνοπτικών και αμοιβαία αποκλειστικών θεματικών τίτλων είναι βασική για επιτυχημένα θεματικά αρχεία.

Κάθε υλικό αρχειοθετείται υπό ένα θεματικό τίτλο, αλλά ένα σχετικό ευρετήριο ετοιμάζεται για να υποστηρίξει το θεματικό αρχείο. Αυτό το ευρετήριο είναι πραγματικά ένα σύστημα παραπομπών. Καταγράφει όλους τους τίτλους υπό τους οποίους ένα στοιχείο μπορεί να αρχειοθετηθεί. Για να προσκομίσει ένα στοιχείο από θεματικό αρχείο του οποίου τον θεματικό τίτλο δεν γνωρίζει, ο ερευνητής συμβουλεύεται πρώτα το σχετικό ευρετήριο για να προσδιορίσει όλους τους πιθανούς τίτλους υπό τους οποίους μπορεί να έχει αποθηκευτεί.

Αριθμητική Αρχαιοθέτηση

Δικηγόροι, γιατροί, αρχιτέκτονες, μηχανολόγοι, λογιστές, κτηματομεσίτες, ασφαλιστές και εργολάβοι τοποθετούν συχνά αριθμούς στις εργασίες και στους πελάτες τους. Για παράδειγμα, οι νομικές εταιρείες συχνά τοποθετούν αριθμούς υποθέσεων στις εργασίες τους. Οι αριθμοί αυτοί αποτελούν τη βάση της **αριθμητικής αρχειοθέτησης**. Επειδή η ανωνυμία είναι επιθυμητή, τα αρχεία εμπιστευτικού υλικού συχνά αρχειοθετούνται αριθμητικά. Το πρόγραμμα αριθμητικής αρχειοθέτησης αποτελείται από τέσσερα τμήματα:

- Αλφαβητική κάρτα ευρετηρίου
- Κύρια αριθμητική αρχειοθέτηση
- Ποικίλα αλφαβητικά αρχεία
- Βιβλίο αριθμών

Η αριθμητική αρχειοθέτηση έχει και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Μπορείς εύκολα να τη μάθεις. Η λανθασμένη αρχειοθέτηση μειώνεται γιατί οι αριθμοί εντοπίζονται πιο εύκολα και αρχειοθετούνται πιο εύκολα από τα ονόματα. Επίσης η αλφαβητική κάρτα ευρετηρίου πραγματοποιεί εκτεταμένες αναφορές. Ένα μειονέκτημα της αριθμητικής αρχειοθέτησης είναι ο χρόνος που χρειάζεται για να συμβουλευτείς την αλφαβητική κάρτα ευρετηρίου πριν μπορέσεις να εντοπίσεις υλικό.

Γεωγραφική Αρχειοθέτηση

Η γεωγραφική αρχειοθέτηση χρησιμοποιείται για την ταξινόμηση αρχείων από γεωγραφικές μονάδες ή περιοχές. Οι διαιρέσεις γίνονται με λογική ακολουθία: έθνη, πολιτείες ή επαρχίες, πόλεις, κοκ. Χρησιμοποιούνται οδηγοί για μεγάλες διαιρέσεις και υποδιαιρέσεις. Πίσω από κάθε οδηγό, αρχειοθετείται αλφαβητικά υλικό σε ποικίλους φακέλους, συνήθως με βάση το όνομα της πόλης και μετά με βάση το όνομα του επιστολογράφου. Οι ατομικοί φάκελοι αρχειοθετούνται αλφαβητικά με βάση την τοποθεσία και μετά το όνομα.

Το γεωγραφικό αρχείο συνήθως υποστηρίζεται από κάρτα ευρετηρίου στην οποία ονόματα εταιριών αρχειοθετούνται αλφαβητικά. Αν κάποιος ξεχάσει την τοποθεσία μιας εταιρίας, μπορεί να τη μάθει ανατρέχοντας στην αλφαβητική κάρτα ευρετηρίου.

Χρονολογική Αρχειοθέτηση

Όταν φάκελοι αρχειοθετούνται χρονολογικά, ταξινομούνται με ημερομηνιακή ακολουθία με την πιο πρόσφατη ημερομηνία μπροστά.

Υπάρχουν τρία μεγάλα είδη χρονολογικών αρχείων: αρχεία διεκπεραιώσεων, αρχεία σε εκκρεμότητα και αρχεία ανάγνωσης.

- **Αρχεία Διεκπεραιώσεων.** Τα αρχεία διεκπεραιώσεων αποθηκεύουν φακέλους σύμφωνα με την ημερομηνία της συναλλαγής. Χρησιμεύουν όταν φάκελοι, όπως εντολές αγοράς ή τιμολόγια, λαμβάνουν χώρα σε καθημερινή βάση.
- **Αρχεία σε Εκκρεμότητα.** Τα αρχεία σε εκκρεμότητα χρησιμεύουν ως υπενθυμίσεις των στοιχείων που εκκρεμούν. Στοιχεία που αρχειοθετούνται σε αρχείο εργασιών που εκκρεμούν δε θα πρέπει ποτέ να αποτελέσουν τμήμα ενός ατομικού φακέλου μέχρι η εκκρεμής εργασία να έχει περατωθεί ή να έχει ληφθεί απόκριση. Οι διοικητικοί βοηθοί συχνά κρατούν αρχείο εκκρεμοτήτων για απασχολημένα στελέχη το οποίο καταγράφει σε χρονολογική σειρά τις ημερήσιες δραστηριότητες για περίοδο ενός μήνα. Κάθε πρωί, ο διοικητικός βοηθός βγάζει το χρονολογικό αρχείο εκκρεμοτήτων και το επιθεωρεί για να μάθει τι πρέπει να κάνει ο εργοδότης εκείνη την ημέρα. Οι προνοητικοί διοικητικοί βοηθοί το ελέγχουν μία ή δύο εβδομάδες νωρίτερα προκειμένου να πάρουν υπογραφές, αποφάσεις, κοκ, πριν το στέλεχος φύγει για μεγάλο ταξίδι. Πρέπει να συνηθίσεις να θυμάσαι να ελέγχεις το αρχείο εκκρεμοτήτων. Αν δεν το κάνεις αυτό, η κατάληξη μπορεί να είναι χαμένες εκπτώσεις (αν οι λογαριασμοί δεν πληρώνονται στην ώρα τους), χαμένα ραντεβού και φτωχές σχέσεις με τους πελάτες.
- **Αρχεία Ανάγνωσης.** Ο διοικητικός βοηθός που πρέπει κατά διαστήματα να στέλνει υλικό σε κεντρικό αρχείο κρατά συνήθως ένα χρονολογικό αρχείο ως έτοιμη πηγή αναφοράς στο γραφείο. Αυτό το αρχείο, που μερικές φορές ονομάζεται αρχείο

ανάγνωσης, αποτελείται από το αντίγραφο κάθε στοιχείου που εξέρχεται, αρχειοθετημένο σε χρονολογική σειρά σε ντοσιέ ή σε φάκελο. Τέτοιο αρχείο μπορεί να απαντήσει πολλά ερωτήματα - αν ταχυδρομήθηκε το γράμμα, σε ποιον απευθυνόταν, πότε ταχυδρομήθηκε, ποια τιμή αναφέρθηκε, και αν αναφέρθηκε συνημμένο - όλα χωρίς την καθυστέρηση της συμβουλής του κεντρικού αρχείου.

Το αρχείο ανάγνωσης δε χρησιμοποιεί ευρετήριο. Συνεπώς, αν ζητηθεί κάποιο αρχείο χωρίς να αναφερθεί η ημερομηνία του, απαιτείται έρευνα στα αρχεία, μια χρονοβόρα και εκνευριστική εργασία. Για να επιταχύνουν τον εντοπισμό υλικού στο αρχείο ανάγνωσης, μερικοί διοικητικοί βοηθοί τοποθετούν ένα φύλλο με χρονολογημένη ετικέτα ευρετηρίου ανάμεσα στα αντίγραφα για να διαχωρίσουν τις εργασίες της κάθε ημέρας. Προτείνεται επίσης η τοποθέτηση ενός σημειώματος σε κάθε αντίγραφο στο αρχείο ανάγνωσης που να δείχνει πού αρχειοθετείται η πρωτότυπη επιστολή που αφορά αυτό το στοιχείο. Ο διοικητικός βοηθός κρατά υλικό σ' αυτό το αρχείο μόνο για περιορισμένο διάστημα, ίσως για έξι μήνες έως ένα χρόνο κάθε μήνα το υλικό για τον προηγούμενο μήνα απορρίπτεται.

8.2.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΟΥ

Οι βασικές μέθοδοι αρχειοθέτησης που χρησιμοποιούνται στο γραφείο σου θα πρέπει να εξαρτώνται από τον τρόπο που προσδιορίζεται το υλικό. Αν προσδιορίζεται από το όνομα (είτε προσωπικό ή της εταιρείας), πιθανότατα θα χρησιμοποιείται σύστημα αλφαβητικής αρχειοθέτησης. Αν κάθε πελάτης, δουλειά ή εργασία προσδιορίζεται με

αριθμό, το αριθμητικό σύστημα είναι κατάλληλο. Όταν το όνομα που προσδιορίζει το στοιχείο είναι επαρχία ή γεωγραφική περιοχή, η γεωγραφική μέθοδος θα είναι η καλύτερη. Όταν τα στοιχεία ταξινομούνται με βάση το θέμα, τότε το θεματικό αρχείο θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του γραφείου σου. Όταν τα αρχεία αποθηκεύονται με βάση την ημερομηνία περάτωσής τους, όπως το αρχείο ανάγνωσης, το αρχείο χρονολόγησης είναι κατάλληλο.

8.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΡΧΕΙΩΝ

Οι δυνατότητες επεξεργασίας και η δυνατότητα αποθήκευσης των υπολογιστών έχουν κάνει την ηλεκτρονική αποθήκευση και προσκόμιση πληροφοριών συνηθισμένη εφαρμογή στο σύγχρονο γραφείο. Ο εξοπλισμός αυτόματης αρχειοθέτησης που παρέχει γρήγορη πρόσβαση σε μεγάλες ποσότητες δεδομένων είναι διαθέσιμος από πολλές πηγές. Πολλές μέθοδοι, όπως η διαχείριση εγγράφων που δημιουργούνται με υπολογιστές, τα προγράμματα διαχείρισης αρχείων και η εικονοποίηση, χρησιμοποιούνται για να βοηθήσουν το διοικητικό βοηθό.

8.3.1. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Η διαχείριση των αρχείων (εγγράφων) υπολογιστών είναι το ίδιο σημαντική με την οργάνωση, αρχειοθέτηση και την προσκόμιση των κλασικών εγγράφων. Στα περισσότερα γραφεία, τα αρχεία υπολογιστών αποθηκεύονται στον οδηγό σκληρού δίσκου του υπολογιστή.

Ο οδηγός δίσκου μπορεί να θεωρηθεί ως ερμάριο αρχειοθέτησης

με πολλά συρτάρια με ονομαζόμενα συρτάρια και ονομαζόμενους φακέλους αρχείων που αποθηκεύονται σε κάθε συρτάρι. Η ίδια οργανωτική διάταξη χρησιμοποιείται και στα αρχεία υπολογιστών. Στην ορολογία των υπολογιστών ο οδηγός (ερμάριο αρχείων) αναφέρεται ως ριζικός κατάλογος (root directory). Ο ριζικός κατάλογος διαιρείται σε υποκαταλόγους οι οποίοι είναι αντίστοιχοι των συρταριών στο ερμάριο αρχείων. Όπως το συρτάρι του ερμαρίου αρχείων περιέχει πολλούς φακέλους αρχείων, οι υποκατάλογοι διαιρούνται σε υποκαταλόγους (υποκατάλογοι των υποκαταλόγων).

8.3.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΡΧΕΙΩΝ

Τα προγράμματα διαχείρισης αρχείων αυτοματοποιούν την ανίχνευση των εισερχόμενων και εξερχόμενων δραστηριοτήτων αρχειοθέτησης, βοηθούν στο γρήγορο εντοπισμό αρχειοθετημένων πληροφοριών και μειώνουν τον αριθμό των χαμένων ή λάθος τοποθετημένων αρχείων. Η χρήση ενός τέτοιου αυτόματου συστήματος μπορεί επίσης να αναλύσει τη δραστηριότητα και τα έξοδα αρχειοθέτησης.

Πολλά πλεονεκτήματα της χρήσης αυτού του προγράμματος είναι φανερά. Τα περισσότερα συστήματα παρέχουν μία σχεδόν αυτόματη μέθοδο ελέγχου των αρχείων που εισέρχονται και εξέρχονται από το φάκελο, συνήθως με το σύστημα κωδικού ραβδώσεων. Ο αριθμός των αρχείων που τοποθετούνται σε λάθος χώρο ή χάνονται έχει μειωθεί και παρέχεται τρόπος παρακολούθησης των ληξιπρόθεσμων αρχείων. Επίσης, υπάρχει πλήρης κατάλογος των αρχείων - καθώς και ιστορικά δεδομένα όπως η δραστηριότητα του εγγράφου ενός αρχείου, το τμήμα που χρησιμοποιεί το αρχείο, και το συγκεκριμένο άτομο που

χρησιμοποιεί το αρχείο.

8.3.4. ΕΙΚΟΝΟΠΟΙΗΣΗ

Η εικονοποίηση είναι η νέα μέθοδος χειρισμού πληροφοριών και τα μέσα που φανερώνουν αυτές τις πληροφορίες. Ένα σύστημα εικονοποίησης μπορεί να μετατρέψει όλα τα είδη εγγράφων, όπως γράμματα, έντυπα, σχέδια, χάρτες, πίνακες και φωτογραφίες, σε ψηφιακά ηλεκτρονικά δεδομένα που μπορούν να αποθηκευτούν και να προσκομιστούν αμέσως. Τα συστήματα εικόνας που βασίζονται σε υπολογιστές περιλαμβάνουν scanner που μετατρέπει το έγγραφο σε ψηφιακή μορφή, επεξεργαστή που συμπιέζει την εικόνα, μέσο αποθήκευσης για να διατηρήσει την εικόνα, μηχανισμό προσκόμισης για να καταστήσει την εικόνα ικανή για παρακολούθηση σε οθόνη και συσκευή εξόδου που επεξεργάζεται την εικόνα σε διάταξη αντιγράφου.

Τα συστήματα εικονοποίησης αλλάζουν σημαντικά το χώρο εργασίας μειώνοντας την επεξεργασία με χαρτί, βελτιώνοντας τη ροή εργασίας και κάνοντας τα αρχεία άμεσα προσπελάσιμα. Καθώς μειώνεται το κόστος των συστημάτων εικονοποίησης, ο αριθμός των εταιριών που χρησιμοποιούν αυτό το σύστημα θα αυξηθεί. Τα συστήματα εικονοποίησης θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε εταιρείες με μεγάλη ποσότητα εγγράφων και υψηλή δραστηριότητα στα αρχεία, όταν μια εταιρεία δεν μπορεί να αντέξει ένα λάθος τοποθετημένο ή χαμένο αρχείο, όταν απαιτείται υψηλή ασφάλεια, όταν λαμβάνεται υπόψη ο χώρος και όταν η εταιρία πρέπει να αυξήσει την αποδοτικότητα του προσωπικού.

Ο διοικητικός βοηθός πρέπει να γνωρίζει τις δυνατότητες των συστημάτων εικονοποίησης, καθώς στο μέλλον το μεγαλύτερο τμήμα

της αρχειοθέτησης θα χειρίζεται μέσω της εικονοποίησης.

8.3.5. ΜΙΚΡΟΓΡΑΦΙΑ

Η μικρογραφία, η διαδικασία της δημιουργίας, χρήσης και αποθήκευσης εικόνων σε μικροφόρμες, έχει συγχωνευτεί με την τεχνολογία των υπολογιστών για να μειώσει το χώρο αρχειοθέτησης, να ελαττώσει τις λάθος αρχειοθετήσεις και να αυξήσει την ταχύτητα προσκόμισης εγγράφων. Οι διαχειριστές χρόνου χρησιμοποιούν εκτενώς μικροφόρμες, μειώνοντας τα αρχεία σε πολύ μικρό μέγεθος για ασφαλή, σίγουρη και οικονομική μέθοδο αποθήκευσης απαραίτητων εγγράφων επιχείρησης για εκτεταμένη περίοδο χρόνου. Το μικροφίλμ είναι ένα λείο φιλμ υψηλής ανάλυσης. Είναι το πιο συνηθισμένο είδος μικροφίλμ. Εικόνες, με ιδιαίτερα μικρό μέγεθος, αποθηκεύονται σε καρούλια, θήκες, κασέτες, κάρτες διαφράγματος, μικροφίς και σε καλύμματα.

8.4. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ

Τα αντίγραφα τυπωμένων αρχείων συνήθως αρχειοθετούνται σε συρτάρια ή ράφια. Τα αρχεία μπορεί να τοποθετούνται σε φακέλους στο κάτω μέρος ενός συρταριού ή σε ανυψωμένους φακέλους που κρέμονται από μεταλλικό πλαίσιο μέσα στο συρτάρι ή σε ράφι. Δύο πλεονεκτήματα του ανυψωμένου φακέλου είναι ότι οι βαρείς φάκελοι δε βαθουλώνουν και ότι οι φάκελοι ανοίγουν διάπλατα και κυλούν ομαλά στις κιγκλίδες αναρτήσεως. Οι κάρτες αρχειοθετούνται κατά πολλούς τρόπους: σε συρτάρια, κουτιά, δίσκους ή σε χωρίσματα, όπου οι τίτλοι φαίνονται αμέσως.

8.4.1. ΥΛΙΚΑ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

Τα υλικά αρχειοθέτησης περιλαμβάνουν πολλά στοιχεία, όπως οδηγούς αρχείων, φακέλους αρχείων, ανυψωμένους φακέλους, επεκτεινόμενα αρχεία, ετικέτες, κάρτες ευρετηρίου και κουτιά αποθήκευσης. Πολλά από αυτά τα προϊόντα εκσυγχρονίζονται τακτικά για να συμβαδίζουν με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες εργασίας.

Τα επεκτεινόμενα αρχεία αντικαθιστούν τους φακέλους-στρατσόχαρτα σε πολλές περιπτώσεις. Ο επεκτεινόμενος φάκελος είναι κατάλληλος για αρχεία σε ράφια αφού έχει κλειστές πλευρές που εμποδίζουν τα αρχεία να πέσουν.

Η έγχρωμη κωδικοποίηση των υλικών αρχειοθέτησης χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό για τη βελτίωση της αποδοτικότητας και τη μείωση των λανθασμένων αρχειοθετήσεων. Επίσης, η έγχρωμη κωδικοποίηση δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να στήνει οπτικά σήματα που επικοινωνούν πιο γρήγορα και αποτελεσματικά από τις τυπογραφημένες ετικέτες. Μία διαφορά στο χρώμα ενός έγχρωμου κωδικοποιημένου συστήματος προβάλλει αμέσως ένα λάθος τοποθετημένο αρχείο. Ενώ τα μικρά συστήματα αρχειοθέτησης ίσως να μη χρειάζονται έγχρωμη κωδικοποίηση, για το χρήστη μεγάλου φακέλου μπορεί να είναι σημαντικά η ακρίβεια, η ταχύτητα και η αποδοτικότητα.

Μερικοί διοικητικοί βοηθοί αγοράζουν τα δικά τους υλικά αρχειοθέτησης μερικοί τα παίρνουν από αποθήκη εργοστασίου. Όπως και να έχει, ο διοικητικός βοηθός πρέπει να γνωρίζει ποια είδη υλικών αρχειοθέτησης διατίθενται και πώς να επιλέξει τα υλικά που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες του συγκεκριμένου συστήματος αρχειοθέτησης.

8.5. ΕΙΔΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Επιχειρήσεις διεξάγονται σε γραφεία όλων των τύπων και των ειδών - σε κεντρικές περιοχές της πόλης, στα προάστια ή σε κοντινές περιφερειακές άκρες κοινοτήτων όπου πολλές βιομηχανίες απασχολούν σημαντικό ανθρώπινο δυναμικό υπαλλήλων γραφείου και εκατοντάδες εργάτες στον ίδιο χώρο.

Το μέγεθος ενός γραφείου και η θέση του καθορίζουν το είδος και το βαθμό των οφελών που παρέχονται στους εργαζομένους. Μολονότι πολλοί διοικητικοί βοηθοί εργάζονται σε κεντρικές αστικές περιοχές, όπου οι μισθοί είναι συνήθως υψηλότεροι από τις πιο απομακρυσμένες περιοχές, υπάρχουν ελκυστικές θέσεις στα προάστια και σε μικρότερες πόλεις. Από την πλευρά του διοικητικού βοηθού κάθε είδος γραφείου και θέση προσφέρει ορισμένα πλεονεκτήματα.

8.5.1. ΜΙΚΡΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Πολλοί διοικητικοί βοηθοί προτιμούν να εργάζονται σε μικρά γραφεία λόγω της μεγάλης ποικιλίας καθηκόντων που είναι υπεύθυνοι να επιτελούν. Το μικρό γραφείο είναι εξαιρετος εκπαιδευτικός χώρος για όλες τις πλευρές της διοικητικής υποστήριξης. Συνήθως δεν υπάρχει άλλος από το διοικητικό βοηθό για να απαντήσει το τηλέφωνο, να υποδεχτεί επισκέπτες, να αρχειοθετήσει, να χειριστεί τα χρήματα για τα μικροέξοδα, να αντιγράψει υλικά, να ταξινομήσει και να στείλει την αλληλογραφία και να αγοράσει υλικά. Παραδείγματα γραφείων που απασχολούν μόνο ένα διοικητικό βοηθό είναι τα γραφεία που έχουν δικηγόροι, αρχιτέκτονες, μηχανικοί, λογιστές, γιατροί, οδοντίατροι,

ασφαλιστικοί πράκτορες, σχολές και υποκαταστήματα.

Έρευνα δείχνει ότι το 67% όλων των υπαλλήλων γραφείου ξεκινά την καριέρα του σε μικρά γραφεία.

Κανονισμοί Προσωπικού

Ένα από τα πλεονεκτήματα της εργασίας σε μικρό γραφείο είναι η ελευθερία. Οι εργάσιμες ώρες συνήθως είναι καθορισμένες, αλλά ο διοικητικός βοηθός σε μικρό γραφείο γνωρίζει την ποσότητα της εργασίας τόσο λεπτομερώς που όταν επιτρέπει ο χρόνος ή όταν απαιτούνται προσωπικές περιστάσεις, μπορεί να επιμηκυνθεί η ώρα του μεσημεριανού διαλείμματος ή να πραγματοποιηθεί ενωρίτερη αναχώρηση.

Τα μικρά γραφεία συνήθως έχουν γενικούς κανονισμούς προσωπικού παρά ξεκάθαρα καθορισμένους κανονισμούς. Αυτό μπορεί να αποτελεί ή να μην αποτελεί πλεονέκτημα για το διοικητικό βοηθό. Μπορεί να μην υπάρχει περιορισμός στις άδειες λόγω ασθένειας ή στις έκτακτες απουσίες ή μπορεί να μην υπάρχει καμία πρόβλεψη γι' αυτές. Μπορεί επίσης να μην υπάρχει ιατρική ασφάλιση ή οφέλη για άτομα με ειδικές ανάγκες, συμπεριλαμβανομένης της συνταξιοδότησης.

Υπάρχουν, όμως, λίγα καθορισμένα μειονεκτήματα στην εργασία σε μικρό γραφείο. Συνήθως οι μισθοί έχουν περιορισμούς. Το όριο των μισθών μπορεί να ορίζεται από την κατάσταση της επιχείρησης και όχι από την ικανότητα του διοικητικού βοηθού. Αντί να δίνει καθορισμένες αυξήσεις μισθού σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα, είναι πιθανό ο εργοδότης να λαμβάνει ατομικά κάθε αύξηση στο μισθό. Ένα άλλο μειονέκτημα είναι η απουσία κοινωνικών ευκαιριών στο εργασιακό περιβάλλον.

Διοικητικές ευκαιρίες

Σε μερικά μικρά γραφεία, ο διοικητικός βοηθός αναλαμβάνει πολλά διοικητικά καθήκοντα, αλλά σπανίως του δίνεται διοικητικός τίτλος. Η προαγωγή εκφράζεται με μισθό και όχι με τίτλο. Τα μικρά γραφεία απαιτούν στενές εργασιακές σχέσεις επομένως, ο εργοδότης μαθαίνει γρήγορα τις δυνατότητες του διοικητικού βοηθού και θα επεκτείνει με αυξανόμενο ρυθμό τη θέση ώστε να περιλαμβάνει περισσότερα καθήκοντα. Ανάλογα με τη φύση της εργασίας, ο εργοδότης μπορεί να απουσιάζει τον περισσότερο χρόνο από το γραφείο και στην πραγματικότητα ο διοικητικός βοηθός να λειτουργεί το γραφείο.

Το γραφείο με τρεις ή τέσσερις υπαλλήλους διοικητικής υποστήριξης συχνά παρέχει εξαιρετικές ευκαιρίες για να κερδίσεις εμπειρία επιτήρησης. Σε τέτοιες καταστάσεις, ο αρχαιότερος διοικητικός βοηθός μπορεί να επιτηρεί την εργασία του εργασιακού προσωπικού εκτός από το να επιτελεί τα άλλα καθήκοντα της εργασίας.

8.5.2. ΜΕΓΑΛΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Πολλοί διοικητικοί βοηθοί επιλέγουν σκόπιμα να εργάζονται σε μεγάλα γραφεία λόγω των ευκαιριών γνωριμίας με ενδιαφέροντα άτομα και της καθημερινής επαφής με άλλους υπαλλήλους. Η εργασία του διοικητικού βοηθού σε μεγάλο γραφείο τείνει να διαφέρει από πολλές απόψεις από την εργασία του διοικητικού βοηθού σε μικρό γραφείο. Στο μεγάλο γραφείο, πολλές συνηθισμένες επιχειρηματικές πρακτικές επιτελούνται από ειδικά τμήματα. Οι ταχυδρομικές και φορτωτικές

εργασίες χειρίζονται από τα τμήματα αλληλογραφίας και μεταφοράς. Το τμήμα αγοράς μπορεί να χειρίζεται την παραγγελία εξοπλισμών και υλικών. Από την άλλη, ο διοικητικός βοηθός σε μεγάλο γραφείο μπορεί να χειρίζεται ταξιδιωτικές λεπτομέρειες, πληροφορίες έρευνας βασισμένης σε υπολογιστή για το στέλεχος, προσχέδια εκθέσεων, παρακολούθηση συσκέψεων και εκτέλεση άλλων σημαντικών υπηρεσιών.

Η ευκαιρία για προαγωγή σε μεγάλη εταιρία σε θέσεις επιτήρησης και διοίκησης είναι καλή. Οι διοικητικοί βοηθοί των ανώτερων διοικητικών στελεχών σε μεγάλες εταιρείες είναι συχνά διοικητικοί βοηθοί και σε καθήκοντα και σε τίτλο.

Κανονισμός προσωπικού

Οι κανονισμοί προσωπικού σε μεγάλα γραφεία καθορίζονται σαφώς και πρέπει να ακολουθούνται. Η επιλογή ενός υπαλλήλου που θα έχει ειδικά προνόμια μπορεί να είναι καταστροφική για τη δεοντολογία του γραφείου.

Οι κανονισμοί προσωπικού μιας μεγάλης εταιρείας είναι συνήθως πολύ αυστηροί για θέματα όπως τα ακόλουθα:

- Ώρες εργασίας, μεσημεριανό διάλειμμα και περιόδους ανάπαυσης.
- Πληρωμή για υπερωρίες ή αποζημίωση για άδεια.
- Δικαίωμα διακοπών, διάστημα διακοπών.
- Αριθμός ημερών που επιτρέπονται ετησίως για άδεια λόγω ασθένειας.
- Πληρωμένες διακοπές.
- Μέγεθος μισθού για κάθε εργασία, συχνότητα και μέγεθος αυξήσεων

σε μισθό.

- Πρόσθετες παροχές.
- Περιγραφές εργασίας.
- Κατατάξεις εργασίας.

Πρόσθετες παροχές

Πολλά επιχειρηματικά και κρατικά γραφεία προσθέτουν πρόσθετες παροχές στους υπαλλήλους τους. Ονομάζονται πρόσθετες γιατί δεν περιλαμβάνονται στο μισθό και μερικές φορές ούτε στο φορολογητέο εισόδημα. Σε μερικές περιπτώσεις, αυτές οι παροχές κοστίζουν σε μια εταιρεία ένα επιπλέον 30έως 50% των αποδοχών που καταβάλλονται.

Οι συνηθισμένες παροχές περιλαμβάνουν τις ακόλουθες:

- Ομαδική ασφάλιση ζωής.
- Ιατρικές εξετάσεις.
- Ιατρική και νοσοκομειακή ασφάλιση.
- Μακροπρόθεσμες παροχές για άτομα με ειδικές ανάγκες.
- Προγράμματα απεξάρτησης για χρήση αλκοόλ και ναρκωτικών.
- Υπηρεσίες παροχής συμβουλών για οικογενειακά προβλήματα.
- Προγράμματα αγοράς εταιρικών μετοχών.
- Προγράμματα συμμετοχής στα κέρδη.
- Ταμείο συντάξεων.
- Πρόσθετες αμοιβές.
- Χρηματοδοτική ένωση υπαλλήλων.
- Εταιρικά εκπαιδευτικά σεμινάρια και συμβούλια.
- Επιστροφές διδάκτρων για παρακολούθηση σεμιναρίων σχετικών με

το επάγγελμα.

- Έξοδα μελών σε επαγγελματικούς οργανισμούς.
- Επιδοτούμενη από την εταιρία καφετέρια.
- Εγκαταστάσεις αναψυχής.
- Υπηρεσίες φροντίδας παιδιών.
- Παροχές μητρότητας.

Η εταιρεία μπορεί να καταβάλει όλα ή μερικά από τα ασφάλιστρα ασφάλισης ενός υπαλλήλου, να συνεισφέρει σημαντικά στο ταμείο συντάξεων και να παρέχει εργασιακό χώρο για χρηματοδοτική ένωση που λειτουργείται από υπαλλήλους. Μερικές εταιρείες επιτρέπουν στους υπαλλήλους να επιλέγουν το δικό τους πακέτο παροχών. Οι κανονισμοί για γενναιόδωρες διακοπές, άδειες και απουσίες λόγω ασθένειας γίνονται όλο και πιο συχνό φαινόμενο.

Οι παροχές μητρότητας έχουν γραφεί σε πολλά εγχειρίδια εταιρικών κανονισμών. Τέλος, μερικές εταιρείες, όπως οι εταιρείες λιανικής πώλησης και οι εμπορικές αεροπορικές γραμμές, παρέχουν ελκυστική αγορά ή ταξιδιωτικές εκπτώσεις στους υπαλλήλους τους.

Το πακέτο πρόσθετων παροχών δεν μπορεί να θεωρείται δεδομένο και θα πρέπει να ερευνάται προσεκτικά από το άτομο που ψάχνει εργασία. Το συνεχώς αυξανόμενο κόστος της φροντίδας της υγείας και οι συνακόλουθες γραφικές εργασίες που απαιτούνται από τον εργοδότη κάνουν αναγκαίο για τις εταιρείες να ψάχνουν για τρόπους μείωσης του κόστους της προσφοράς παροχών σε υπαλλήλους όλων των ειδών.

8.5.3. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ

Λίγα επαγγέλματα παρέχουν τέτοια ευρεία σειρά επιλογών. Υπάρχουν απεριόριστες ευκαιρίες για τον ικανό διοικητικό βοηθό να ειδικευτεί σε συγκεκριμένο χώρο. Για τους περισσότερους διοικητικούς βοηθούς, η απόφαση ειδίκευσης συνήθως έρχεται μετά από την απόκτηση κάποιας εμπειρίας στη γενική εργασία γραφείου.

Για τη λήψη αυτής της απόφασης προϋποτίθεται κάποια εμπειρία, εκπαίδευση στις βασικές επιχειρηματικές αρχές και ικανότητες διοικητικής υποστήριξης και ενδιαφέρον στον τομέα ειδίκευσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **Tilton Sloan Rita, Ph.D. - Jackson J. Howard, Ph.D. – Rigby Sue Chappell, Ed.D.**, «Το ηλεκτρονικό γραφείο. Μέθοδοι και Διοίκηση», Μετάφραση: Μαρία – Βαρβάρα Τσαγγάρη, Επιμέλεια: Ν. Σαρρής, Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «Έλλην», 2001.
- **Βουτηράς Σ.**, «Η νέα εργατική τάξις», Αθήνα, 1971.
- **Ζαβλανός Μ.**, «Οργάνωση και Διοίκηση», Τόμος Α', Εκδόσεις Ίων, Αθήνα, 1984.
- **Θεοδωράτος Φ. Ευάγγελος, Δρ.**, «Ανθρώπινες σχέσεις στην εργασία», Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Τρίτη έκδοση, Αθήνα 1998.
- **Θεοδωράτος Φ. Ευάγγελος, Δρ.**, «Οργάνωση και Διοίκηση επιχειρήσεων Ι», Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 1999.
- **Καλογήρου Κ.**, «Επαγγελματική διαπαιδαγώγηση», Εκδόσεις Καμπερόπουλος, Αθήνα, 1980.
- **Κουλουγλιώτης Διον. Νικόλαος, Δρ.**, «Επιχείρηση και Κοινωνία», Ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε., Αθήνα 1992.
- **Λούτας Γεράσιμος, M.Phil.**, «Η θεωρία της Επιχειρησιακής Κοινωνίας – Εφαρμογές στην Ελληνική πραγματικότητα», Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ, Εκδόσεις Έλλην – Γ. Παρίκος και ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα, 2002.

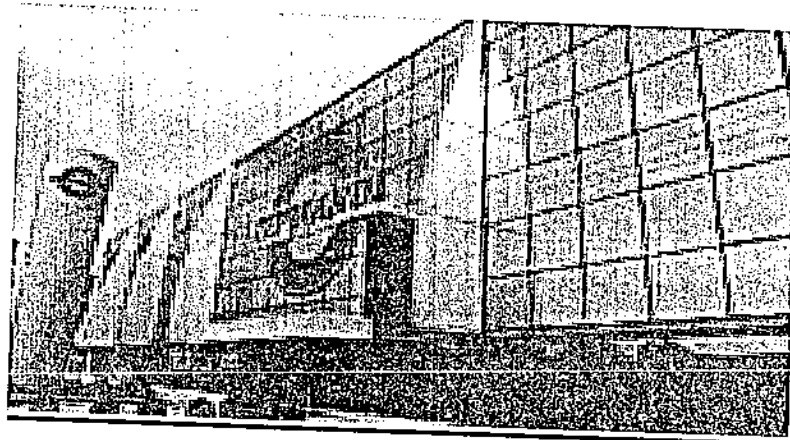
- Μαγκλιβέρας Κ. Δ., «Επιχείρηση και Κοινωνία», Εκδόσεις Αλέξανδρος, Αθήνα, 1978.
- Νικολάου – Σμοκοβίτη Δ., «Οργανισμοί, Διοίκηση και Κοινωνία», Εκδόσεις Α. Σταμούλης, Αθήνα, 1990.
- Τζωρτζάκης Κώστας – Τζωρτζάκη Αλεξία, «Μάρκετινγκ. Η ελληνική προσέγγιση», Εκδόσεις Rosili, 1^η έκδοση, Αθήνα, 1996.
- Τσαούσης Γ. Δ., «Η κοινωνία του ανθρώπου. Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία», Εκδόσεις Guteberg, Αθήνα, 1987.

ΕΙΔΙΚΟ
ΜΕΡΟΣ



ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΡΙΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1.1. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ «ΓΕΡΜΑΝΟΣ»



Κεντρικά, Αγ. Σοφίας

1.1.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΜΙΛΟΥ

Με την πείρα και την επιχειρηματική μας στρατηγική αποτελούμε σημείο αναφοράς στην καθημερινή "σύνδεσή σας με την τεχνολογία. "Ο Όμιλος Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ... "σας συνδέει με την τεχνολογία". Με μία εντυπωσιακή πορεία ανάπτυξης στην ελληνική και διεθνή αγορά και με την εμπειρία και τεχνογνωσία 23 χρόνων, έχει σήμερα αναγνωριστεί ως ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους ελληνικούς επιχειρηματικούς ομίλους. Οι δραστηριότητες του Ομίλου εστιάζονται στον τομέα των Εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών και στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών.

Με βάση τους δύο αυτούς άξονες, έχει εντάξει στο δυναμικό του εταιρείες που καλύπτουν ένα δεδομένο φάσμα δραστηριοτήτων, έχει αναπτύξει ένα Διεθνές Δίκτυο από Εξειδικευμένα Καταστήματα Προϊόντων και Υπηρεσιών

Τηλεπικοινωνιών και έχει καταγράψει μια δυναμική πορεία ανάπτυξης στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών, τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Διατηρώντας συνεχώς επαφή με τις παγκόσμιες εξελίξεις, τόσο σε τεχνολογικό, όσο και σε επιχειρηματικό επίπεδο, επενδύει στρατηγικά στην ανεξάρτητη και ισόρροπη ανάπτυξη των κλάδων δραστηριοποίησής του και στη δημιουργία ισχυρών σημείων στήριξης και περαιτέρω ανάπτυξης των πηγών εσόδων του.

Όσον αφορά τον Ανθρώπινο Παράγοντα, την κινητήρια δύναμη του Ομίλου και ένα από τα ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα, επενδύει συνεχώς στη διαρκή αναβάθμιση της τεχνογνωσίας των στελεχών του και φροντίζει για τη δια βίου εκπαίδευση και ανάπτυξή τους πάνω σε κάθε σύγχρονη επιχειρηματική τεχνική.

Όραμα, αλλά και δέσμευση του Ομίλου απέναντι στους καταναλωτές είναι "η σύνδεση του καθημερινού ανθρώπου με την τεχνολογία". Ένα όραμα που χαρακτηρίζει ολόκληρο το φάσμα ενεργειών του Ομίλου, όπως και τη συνολική στρατηγική ανάπτυξής του.

Στόχος του Ομίλου είναι η παγίωση της ηγετικής του θέσης στην ελληνική αγορά, καθώς και η περαιτέρω επέκταση και διεύρυνση των προοπτικών ανάπτυξής του στη διεθνή επιχειρηματική σκηνή. Τα κεντρικά γραφεία του ομίλου βρίσκονται στην παρακάτω Διεύθυνση:

Γερμανός Α.Β.Ε.Ε., 23χλμ. Ε.Ο. Αθηνών – Λαμίας, Άγιος Στέφανος, Τ.Κ. 145 65
Ελλάδα, Έδρα εταιρίας: Νέο Όλβιο Ξάνθης.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με το 210 - 6242000
Κεντρικό FAX: 210 - 6219111

1.1.2. ΙΣΤΟΡΙΑ ΟΜΙΛΟΥ

Ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ ξεκίνησε το 1980 με ένα κατάστημα λιανικής πώλησης μπαταριών στην Αθήνα. Μέσα σε 23 χρόνια κατάφερε να γίνει το μεγαλύτερο Δίκτυο νέας τεχνολογίας στην Ελλάδα και ένα από τα μεγαλύτερα της Ευρώπης.

Το 1990 εγκαινιάστηκε το πρώτο κατάστημα ΓΕΡΜΑΝΟΣ με τη μέθοδο franchising, μια κίνηση που επέδρασε καταλυτικά στη μετέπειτα πορεία της Εταιρίας. Ακολούθησαν καθοριστικές επιχειρηματικές κινήσεις, όπως η εξαγορά του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT το 1991, το άνοιγμα στην αγορά της Ανατολικής Ευρώπης το 1992 και η δραστηριοποίηση στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας το 1994. Οι ραγδαίες εξελίξεις στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας στα τέλη της δεκαετίας του '90, βρήκαν το ΓΕΡΜΑΝΟ εφοδιασμένο με γνώση, εξειδίκευση και υποδομή για να αντεπεξέλθει στις μεγάλες απαιτήσεις των καταναλωτών. Ο Όμιλος κατέκτησε το προνόμιο να προσφέρει στην Ελλάδα, υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας των COSMOTE και TELESTET εδώ και πέντε χρόνια, και πρόσφατα υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας του ΟΤΕ και της TELLAS, καθώς και της κινητής τηλεφωνίας της VODAFONE.

Αντίστοιχα, όσον αφορά τις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, ο Όμιλος προσφέρει τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας των εταιριών Globul στη Βουλγαρία, Connex και Cosmocom στη Ρουμανία, ERA στην Πολωνία και Cytta στην Κύπρο. Και έπεται συνέχεια...

1.1.3. ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Έχει θεμελιώσει την επιχειρηματική του ανάπτυξη σε αξίες που προϋπήρχαν της επιτυχούς ανάδειξής του σε ηγετικό παράγοντα στους τομείς της δραστηριοποίησής του. Πιστεύουμε στην πρωτοβουλία ως κινητήρια δύναμη και στην Αξιοπιστία ως λειτουργική βάση κάθε προσπάθειας. Αξιολογούμε την Ακεραιότητα ως ηθικό άξονα της Επιχειρηματικότητας και ενθαρρύνουμε τη Φιλικότητα, γιατί γνωρίζουμε πως οι διαχρονικές σχέσεις εμπιστοσύνης μπορούν να εδραιωθούν μόνο πάνω στην αμοιβαία προθυμία και εξυπηρετικότητα.

1.1.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η επιχειρηματική δράση του Ομίλου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την αέναη προσπάθειά του να λειτουργεί πρωτίστως, ως κοινωνικά ευαίσθητος πολίτης.

Αναπτυσσόμαστε με ευθύνη απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον, και εφαρμόζουμε την καινοτομία σε κάθε επιχειρηματική μας πρακτική, ώστε να προάγουμε την υγιή επιχειρηματικότητα και να στηρίζουμε την κοινωνική ανάπτυξη.

Εφαρμόζουμε με αυστηρή προσήλωση τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, και επενδύουμε στους ανθρώπους μας υποστηρίζοντας τη συνεχή εκπαίδευσή τους. Αναλαμβάνουμε πρωτοβουλίες και συμμετέχουμε σε προσπάθειες ενίσχυσης τοπικών κοινωνιών, αξιοποιώντας την πολύπλευρη δραστηριότητά μας σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Μέσα από το Δίκτυο Καταστημάτων μας, αποσκοπούμε στην ευαισθητοποίηση, εκπαίδευση και ενεργή συμμετοχή της κοινής γνώμης για σημαντικά ζητήματα, με ιδιαίτερη έμφαση στο περιβάλλον. Προχωράμε πάντα με σεβασμό στον άνθρωπο και την κοινωνία, με σύγχρονες υποδομές, σύμφωνες με τις πλέον αυστηρές προδιαγραφές ποιότητας και περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Για εμάς, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μέρος της κουλτούρας μας. Είναι συνώνυμο όχι μόνο της καλής επιχειρηματικότητας, αλλά και απαραίτητη προϋπόθεση της μακροπρόθεσμης ευημερίας και εξέλιξής μας.

• ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Αναγνωρίζοντας τον καταλυτικό ρόλο που διαδραματίζουν οι άνθρωποί του, ο Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ επενδύει στο ανθρώπινο κεφάλαιο, τόσο με την προσέλευση ικανών και καταρτισμένων στελεχών, όσο και με τη συνεχή εκπαίδευση και ανάπτυξή τους.

• ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΓΕΡΜΑΝΟΣ: το πρώτο Επιχειρησιακό Πανεπιστήμιο στην Ελλάδα το οποίο περιλαμβάνει δύο βασικούς άξονες: την ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΣΤΕΛΕΧΩΝ και την ΑΚΑΔΗΜΙΑ e-LEARNING

- G. E-SCHOOL: κεντρικό, εικονικό εκπαιδευτικό κέντρο που επιτρέπει την ταυτόχρονη κατάρτιση του προσωπικού του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, μέσω της Live Internet Play επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο.

- **ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ**

- POWER ON PEOPLE: πρωτοποριακό πρόγραμμα του Δικτύου Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, με στόχο τη γνωριμία, την ανάδειξη της ομαδικής συνεργασίας και τη διευκόλυνση της ανθρώπινης επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων του, σε ολόκληρη την Ελλάδα.
- Ομαδικά προγράμματα Ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης
- Πρόσθετες κοινωνικές παροχές όπως εκπαιδευτικές και εορταστικές εκδηλώσεις για το προσωπικό και τα παιδιά των εργαζομένων

- **ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ - ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ**

- Αιμοδοσία & Δημιουργία Τράπεζας Αίματος

- **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Η διαφύλαξη του περιβάλλοντος αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καλής και κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς μιας επιχείρησης. Για το λόγο αυτό ο Όμιλος ακολουθεί μια υπεύθυνη περιβαλλοντική συμπεριφορά στην καθημερινή λειτουργία του, καθώς και έναντι της ευρύτερης κοινωνίας, εφαρμόζοντας ορθές περιβαλλοντικές πρακτικές και στηρίζοντας τις προσπάθειες οργανισμών προστασίας του περιβάλλοντος. Ειδικότερα, ο Όμιλος:

- Διαθέτει εγκαταστάσεις πιστοποιημένες σύμφωνα με τις πλέον αυστηρές προδιαγραφές ασφάλειας.
- Εφαρμόζει Πρόγραμμα ανακύκλωσης των χρησιμοποιημένων καταναλωτικών μπαταριών με την ονομασία **DIASBAT**. Το DIASBAT είναι ένα έργο εξαιρετικής σημασίας για την Ελλάδα που εκτελείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» (Ε.Π.ΑΝ) /

ενότητα «Φυσικό Περιβάλλον και Βιώσιμη Ανάπτυξη» και επιδοτείται από το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης.

- Ενισχύει το έργο μη-κυβερνητικών, μη-κερδοσκοπικών οργανώσεων για το περιβάλλον όπως το WWF και ο Αρκτούρος.

• ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Με συνέπεια προς την κοινωνική του πολιτική και τη χορηγική του δραστηριότητα, ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ υποστηρίζει πληθώρα σημαντικών ενεργειών, που έχουν ως κύριο στόχο την εκπαίδευση και βελτίωση της ποιότητας ζωής των νέων αλλά και την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης σε θέματα παιδείας.

- Χορηγία «1^ο Φοιτητικού Συνεδρίου Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας» του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Ίδρυση Πανεπιστημιακής Έδρας στη Βρετανία
- Δωρεά υλικοτεχνικής υποδομής σε Σχολεία και Πανεπιστήμια

• ΚΟΙΝΩΝΙΑ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Ο Όμιλος Εταιρειών ΓΕΡΜΑΝΟΣ δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον κοινωνικό του ρόλο και, γενικά, συμπεριφέρεται ως ένας «κοινωνικά ευαίσθητος πολίτης». Συμβάλλει στην πολιτιστική και κοινωνική ζωή των γεωγραφικών περιοχών της δραστηριότητάς του, έρχεται αρωγός ασθενών κοινωνικών ομάδων, ενισχύει πολιτιστικές και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και μη κυβερνητικούς οργανισμούς με κοινωφελείς σκοπούς.

- υποστήριξη Ιδρύματος «Κοινωνική Στήριξη»
- υποστήριξη του Ιδρύματος Θρακικής Τέχνης
- ενίσχυση του έργου του ΚΕΘΕΑ
- ενίσχυση του έργου των «Γιατρών χωρίς Σύνορα»
- ενίσχυση του έργου του «Συλλόγου Ελπίδα»

1.1.5. Η ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Η επιχειρηματική αποστολή του Ομίλου είναι η διατήρηση του ηγετικού του ρόλου στην προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων στους τομείς των Εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών και στην Παραγωγή και Διανομή Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών, για όλες τις γενιές, σε όλες τις χώρες που δραστηριοποιείται.

1.1.6. ΣΤΟΧΟΙ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΟΡΑΜΑ

Μέσα σε ένα ραγδαία εξελισσόμενο διεθνές οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον, όπου το παγκόσμιο «επιχειρείν» μοιραία επαναδιαμορφώνεται, η μεγάλη πρόκληση για κάθε διοίκηση είναι να μετατρέπει τους κινδύνους σε επιχειρηματικές ευκαιρίες. Αυτό είναι, άλλωστε, και το «χρέος» κάθε επιχείρησης, να διακρίνει τις απώλειες, να αξιολογεί κάθε προσπάθεια ανάκαμψης, να αξιοποιεί κάθε ευκαιρία σταθερότητας και υγιούς ανάπτυξης που παρουσιάζεται, και φυσικά να κάνει τη δουλειά της όσο καλύτερα μπορεί, πάντα προς όφελος του κλάδου, των εργαζομένων, των πελατών και των μετόχων της.

Ο Όμιλος το αποδεικνύει καθημερινά, επί 23 συνεχή έτη. Αναπτύσσεται πέρα από συγκυρίες. Ακολουθεί το επιχειρηματικό όραμα, χαράσσει μακρόπνοη στρατηγική, μετατρέπει τις δυσκολίες σε προκλήσεις και αναλαμβάνει το απαιτούμενο ρίσκο της ανάπτυξης. Ο Όμιλος πραγματοποιεί συνεχείς επενδύσεις τόσο σε υποδομή (Ανθρώπινο Δυναμικό, Logistics, Πληροφορική), όσο και στην πολυδιάστατη επιχειρηματική δραστηριότητά του. Αποτέλεσμα των επιχειρηματικών του πρωτοβουλιών είναι η ενδυνάμωση κάθε τομέα δραστηριοποίησής του, η αύξηση των μεριδίων του σε κάθε αγορά όπου κινείται και κατ' επέκταση η αποδοτικότητα κάθε επιχειρηματικής του δράσης.

Σήμερα βρίσκεται στην κορυφή του κλάδου λιανικής πώλησης Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών, ενώ κατέχει ισχυρή θέση στη Παραγωγή και Διανομή

Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών σε διεθνές επίπεδο, μέσω του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT, και συνεχίζει.

Στοχεύει στην καθιέρωσή του στις αγορές του εξωτερικού όπου ήδη δραστηριοποιείται και στην παγίωση της ηγετικής του θέσης στην Ελλάδα. Σήμερα το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ αριθμεί στο σύνολό του 580 Καταστήματα. Ο προγραμματισμός του Ομίλου προβλέπει μέσα στους επόμενους 12 μήνες να αυξηθεί ο αριθμός των Καταστημάτων σε 700, με στόχο να καλύψει ένα μεγάλο τμήμα της νέας Ευρωπαϊκής Αγοράς, εκεί όπου εμφανίζονται συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως χαμηλός βαθμός διείσδυσης της κινητής και της σταθερής τηλεφωνίας, μη οργανωμένα δίκτυα λιανικής πώλησης κ.λπ. Στον ευρύτερο σχεδιασμό επέκτασης του Δικτύου εντάσσονται, επίσης, οι αναπτυσσόμενες αγορές της Σερβίας και της Ουκρανίας, καθώς παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τις χώρες όπου δραστηριοποιείται ήδη ο Όμιλος.

Αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που του προσφέρει η ηγετική του θέση στην Ελλάδα, ο Όμιλος στοχεύει στην καθιέρωσή του και στην Ανατολική Ευρώπη, με τη δημιουργία ενός αξιόπιστου, ομοιογενούς και αποτελεσματικού Δικτύου Καταστημάτων, που θα εξυπηρετεί τους καταναλωτές, προσφέροντας Προϊόντα και Υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα της τεχνολογίας.

Στοχεύει να μεταφέρει την τεχνολογία, και τα οφέλη της, στην καθημερινότητα του απλού καταναλωτή, και προς αυτήν την κατεύθυνση κινούνται σημαντικές επενδύσεις. Σήμερα το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, το μόνο πανελλαδικής κάλυψης Δίκτυο πωλήσεων, αποτελεί ένα «one stop shop» Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών. Στο Δίκτυο ΓΕΡΜΑΝΟΣ ο καταναλωτής μπορεί να καλύψει ολόκληρο το φάσμα των τηλεπικοινωνιακών του αναγκών, μπορεί να βρει σχεδόν το σύνολο των παροχών κινητής τηλεφωνίας, να ενημερωθεί, να συγκρίνει και τελικά να αποφασίσει, με γνώμονα πάντα το δικό του συμφέρον.

Στοχεύει στη διαμόρφωση της αγοράς, παρακολουθώντας διαρκώς τις εξελίξεις και αντιμετωπίζοντας την αγορά των τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών όχι πλέον αποσπασματικά, αλλά συνολικά. Η νέα τάση σύγκλισης των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, όσο και η δυνατότητα για «ζωντανή»

παρουσίαση προϊόντων και υπηρεσιών στον καταναλωτή, αλλάζουν τα δεδομένα και διαμορφώνουν σήμερα τη νέα εικόνα της ευρωπαϊκής αγοράς, η οποία θα προσφέρει ιδιαίτερες επιχειρηματικές ευκαιρίες τα επόμενα τρία με πέντε χρόνια.

Στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξή του και στο Βιομηχανικό Τομέα, με την επέκταση των στρατηγικών του συμμαχιών στην Παραγωγή και Διανομή Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών. Το Βιομηχανικό Συγκρότημα της SUNLIGHT είναι σήμερα το μοναδικό στον κλάδο του στην Ελλάδα και ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Οι πρόσφατες συνεργασίες της SUNLIGHT δείχνουν ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια ανάπτυξης στο βιομηχανικό κλάδο και στη δημιουργία πηγών προστιθέμενης αξίας. Η στρατηγική τοποθέτηση σε μια πολλά υποσχόμενη νέα ενεργειακή τεχνολογία συνοδεύεται από ταχεία επέκταση σε νέες βιομηχανικές δραστηριότητες στον τομέα των συσσωρευτών και των ηλεκτρονικών συστημάτων ισχύος.

Ο Όμιλος, κρίνοντας τη δραστηριοποίησή του στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών ως ύψιστης στρατηγικής σημασίας, διευρύνει τις προοπτικές ανάπτυξης και επέκτασής του. Σήμερα, το Βιομηχανικό Συγκρότημα του Ομίλου, με την ισχυρή παρουσία του σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο, είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης σε αυτόν τον πολύ σημαντικό τομέα της βιομηχανίας.

Στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη του Ανθρώπινου Δυναμικού του. Στον Όμιλο «οι Άνθρωποι είναι η Δύναμή του», και με αυτή τη φιλοσοφία συμβαδίζουν απόλυτα τόσο τα σύγχρονα μοντέλα εκπαίδευσης και ανάπτυξης τα οποία εφαρμόζει, όσο και τα συστήματα αμοιβών, που λειτουργούν ως κίνητρο για την περαιτέρω αύξηση της παραγωγικότητας του πολυάριθμου προσωπικού του. Για το λόγο αυτό πρόσφατα δημιουργήσαμε την Ακαδημία ΓΕΡΜΑΝΟΣ, η οποία στοχεύει στη δια βίου εκπαίδευση του Ανθρώπινου Δυναμικού της επιχείρησης και συμβάλλει στην ουσιαστική αναβάθμιση της απόδοσής του και κατ' επέκταση στην επίτευξη των άμεσων, αλλά και μακροπρόθεσμων, στόχων του Ομίλου. Έτσι, στον Όμιλο μπορούμε σήμερα να αισθανόμαστε όχι μόνο ασφαλείς, αλλά και σίγουροι για το

μέλλον και τις προοπτικές του Ομίλου, οι οποίες στηρίζονται στην ξεκάθαρη και αποδοτική στρατηγική μας. Βαδίζοντας σταθερά στους άξονες που έχουμε χαράξει.

Στοχεύουμε στην περαιτέρω επέκταση και διεύρυνση των προοπτικών ανάπτυξης του Ομίλου στη διεθνή επιχειρηματική σκηνή, καθώς και στην παγίωση της ηγετικής του θέσης στην ελληνική αγορά. **Οραματιζόμαστε** έναν Όμιλο Εταιρειών που θα λειτουργεί με τις δυναμικές και αξιόπιστες διαδικασίες των πολυεθνικών οργανισμών, συνδυάζοντας τη δύναμη και την ευελιξία που προσφέρει το ελληνικό επιχειρηματικό πνεύμα με τη στρατηγική υπεροχή που μας παρέχουν οι ισχυρές διεθνείς συμμαχίες... "Έναν Όμιλο που θα συνδέει τον άνθρωπο με την Τεχνολογία"

1.1.7. ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Με 23 χρόνια επιτυχημένης παρουσίας στο χώρο των Εξειδικευμένων Δικτύων Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών και στην Παραγωγή και Διανομή Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών, επεκτείνουμε τις δραστηριότητές μας διαρκώς για να καλύψουμε τις αυξανόμενες τεχνολογικές ανάγκες των καταναλωτών τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο

1.1.8. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ – ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Το Μεγαλύτερο Ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών στην Ευρώπη!

Το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, διανύοντας 23 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας και διαθέτοντας περισσότερα από 580 καταστήματα σε 6 χώρες (Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρος, Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας), αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο ελληνικό Δίκτυο Καταστημάτων Προϊόντων και Υπηρεσιών Τηλεπικοινωνιών στην Ευρώπη. Πεδίο δραστηριότητας του Δικτύου είναι πλέον μία γεωγραφική περιοχή με πληθυσμό που προσεγγίζει τους 100 εκατομμύρια κατοίκους. Σκοπός του Δικτύου Καταστημάτων είναι να συνεχίσει να προσφέρει λύσεις απλές, σε έναν κόσμο που η τεχνολογία

κάνει τη ζωή ολοένα και πιο περίπλοκη. Έτσι, στα τέλη του 2002, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ λάνσαρε στην Ελλάδα και στο εξωτερικό τη νέα του ταυτότητα, που εμπνεύστηκε από το σήμα «power on».

Η ανανέωση της εικόνας του Δικτύου, η οποία πραγματοποιήθηκε μετά από έρευνες 18 μηνών, έχει στοιχεία αλλαγής, τόσο στην αισθητική και στον τρόπο προσέγγισης του καταναλωτή, όσο και στα συστήματα πληροφορικής που στηρίζουν τα νέα ζητούμενα. Η νέου τύπου χωροταξία, με περισσότερο ελεύθερο χώρο για την περιήγηση μέσα στο κατάστημα, αλλά και μεγαλύτερο χώρο έκθεσης των προϊόντων, φέρνει τον καταναλωτή ακόμη πιο κοντά στα προϊόντα και στις υπηρεσίες που τον ενδιαφέρουν.

Μέσα από τα Καταστήματα του Δικτύου το έμπειρο και άρτια καταρτισμένο προσωπικό, αναλαμβάνει να «ξεναγήσει» τον καταναλωτή στο «μαγικό κόσμο της τεχνολογίας» και να τον «εκπαιδεύσει», συμβουλευόντάς τον για την ολοκληρωμένη κάλυψη των τηλεπικοινωνιακών του αναγκών. Με αυτόν τον τρόπο, ο καταναλωτής κερδίζει χρόνο και χρήμα κάνοντας τις σωστές επιλογές. Έτσι, τα Καταστήματα του Δικτύου γίνονται «one stop shops» για όλα τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες Τηλεπικοινωνιών.

Στο Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ εξελίσσουμε τη σχέση πελάτη-πωλητή σε σχέση πελάτη-συμβούλου. Η προσπάθειά μας, που ακολουθεί τις διεθνείς τάσεις, είναι ο καταναλωτής να ζήσει την εμπειρία της αγοράς. Η νέα ταυτότητα εκφράζει απόλυτα τη φιλοσοφία του Δικτύου, αλλά και τη στρατηγική του Ομίλου για το μέλλον.

Κινητήριος δύναμη σε αυτήν την προσπάθεια του Δικτύου ήταν και είναι το άρτια εκπαιδευμένο Ανθρώπινο Δυναμικό. Για τη διασφάλιση της υψηλής ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει στους πελάτες του, το Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ επιλέγει το προσωπικό του με τα αυστηρότερα κριτήρια, ενώ στη συνέχεια του παρέχει ένα άρτιο περιβάλλον εργασίας και συνεχή εκπαίδευση και εξειδίκευση. Παράλληλα, στους συνεργάτες Franchisees εξασφαλίζει πλήρη υποστήριξη σχετικά με τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες που διακινούν.

1.1.9. ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

1 στους 3 νέους χρήστες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα εξυπηρετούνται από τον Όμιλο. Οι τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, αποτελούν αναγκαία συνθήκη για τη λειτουργία κάθε σύγχρονης επιχείρησης. Για το λόγο αυτόν ο Όμιλος έχει δημιουργήσει ειδικό τμήμα Συμβουλών Τηλεπικοινωνίας Επιχειρήσεων, που προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις τεχνολογίας αιχμής σε κάθε επιχείρηση, ώστε οι στόχοι της να γίνουν πραγματικότητα.

Οι συνεχείς εξελίξεις που πραγματοποιούνται στο χώρο της τεχνολογίας, και ειδικότερα σε κάθε μορφής ενσύρματης ή ασύρματης επικοινωνίας, συντελούν στη σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής.

Ο Όμιλος, έχοντας προβλέψει τη διεθνή τάση για ταχύτερη επικοινωνία, αντιμετωπίζει την αγορά των τηλεπικοινωνιών, της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών συνολικά και προσφέρει στους καταναλωτές το σύνολο των Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών, μέσω ενός ευρύτατου φάσματος Προϊόντων και Υπηρεσιών.

Κινητή Τηλεφωνία

Ο Όμιλος είναι σήμερα βασικός εμπορικός συνεργάτης (service provider) των ηγετικών δυνάμεων στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας: της Telestet, της Cosmote και της Vodafone. Αυτό το γεγονός εξασφαλίζει στον Όμιλο μερίδιο αγοράς που υπερβαίνει το 35% στις νέες συνδέσεις. Αυτό σημαίνει ότι ένας στους τρεις νέους χρήστες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα συνδέονται και εξυπηρετούνται από τον Όμιλο.

Σταθερή Τηλεφωνία

Από τις αρχές του 2002, αποτελεί την πρώτη ιδιωτική εταιρία στην ελληνική αγορά που παρέχει Προϊόντα και Υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας στους καταναλωτές. Συνδέσεις ISDN, νέες συνδέσεις PSTN (κλασική τηλεφωνική σύνδεση), καθώς και άλλες υπηρεσίες του ΟΤΕ, όπως αυτόματο τηλεφωνητή, αναγνώριση κλήσεων, εκτροπή κλήσεων κ.λπ.

Σταθερή Εναλλακτική Τηλεφωνία

Από το 2002, προσφέρει τις υπηρεσίες της σταθερής εναλλακτικής τηλεφωνίας για μειωμένου τιμολογίου κλήσεις μέσω των εναλλακτικών φορέων LANNET και VIVODI. Από τις αρχές του 2003 προσφέρονται και οι υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας και Internet της Teilas, του μεγαλύτερου εναλλακτικού φορέα.

Internet

Στη συνεχώς αναπτυσσόμενη αγορά του Internet, δραστηριοποιείται έντονα, μέσω της συνεργασίας με 4 Internet Service Providers (Otenet, Forthnet, Internet Hellas, Hellas on line), καθώς και με τη δημιουργία του Virtual Internet Service Provider, "ΓΕΡΜΑΝΟΣΝΕΤ". Στην αγορά αυτή κατέχει μερίδιο άνω του 15%.

Ο τομέας Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών, με τα εξειδικευμένα στελέχη και την τεχνογνωσία του, επιλέγει για τον Όμιλο πρωτοποριακά Προϊόντα και Υπηρεσίες Τηλεπικοινωνιών που ικανοποιούν και τις πιο απαιτητικές ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή. Επιπρόσθετα, έργο του είναι να υποστηρίζει διαρκώς τα Δίκτυα Πωλήσεων, ώστε να παρέχουν υψηλής ποιότητας Υπηρεσίες και Προϊόντα για την άριστη εξυπηρέτηση των καταναλωτών, συντελώντας στο Εταιρικό Όραμα για τη "σύνδεση του ανθρώπου με την τεχνολογία".

• ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ SUNLIGHT

Ο Εξειδικευμένος Συνεργάτης σας σε θέματα ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών

Τα ολοκληρωμένα ενεργειακά συστήματα και οι συσσωρευτές, είναι αναγκαία για την απρόσκοπτη λειτουργία μιας πληθώρας ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών εφαρμογών που άπτονται της καθημερινής ζωής, αλλά και πολυσύνθετων εφαρμογών στο βιομηχανικό, στον τηλεπικοινωνιακό και στον αμυντικό τομέα.

Διαβλέποντας την ανάγκη της αγοράς για παροχή ποιοτικών συσσωρευτών και ολοκληρωμένων ενεργειακών συστημάτων, ενέταξε στις δραστηριότητές του μια Βιομηχανική Μονάδα Παραγωγής Συσσωρευτών, εξαγοράζοντας το 1991 τη Βιομηχανία SUNLIGHT.

Η Βιομηχανική Μονάδα SUNLIGHT αναβαθμίζεται συνεχώς τεχνολογικά και είναι σήμερα ένα από τα μεγαλύτερα και πλέον σύγχρονα Βιομηχανικά Συγκροτήματα, σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Τα τρία τελευταία χρόνια η Βιομηχανική Μονάδα έχει ενσωματώσει στο δυναμικό της 4 υπερσύγχρονες γραμμές παραγωγής για συσσωρευτές πρόωσης υποβρυχίων, συσσωρευτές μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, υβριδικά συστήματα για αυτόνομη παροχή ισχύος και ηλεκτροπαραγωγή ζεύγη.

Σήμερα η SUNLIGHT σχεδιάζει, αναπτύσσει και παράγει περισσότερα από 1.500 εξειδικευμένα προϊόντα και ολοκληρωμένα ενεργειακά συστήματα, τα οποία βρίσκουν εφαρμογές σε τομείς με πολύ υψηλές απαιτήσεις και προδιαγραφές, όπως: Βιομηχανία, Άμυνα, Κινητή Τηλεφωνία, Δομικές Κατασκευές και Μεταφορές. Αξίζει να σημειωθεί ότι η SUNLIGHT παράγει ποιοτικά προϊόντα σύμφωνα με τις αυστηρότερες διεθνείς προδιαγραφές.

Η παραγωγική διαδικασία ελέγχεται από ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας κατά ISO 9001 και AQAP 110. Παράλληλα, εφαρμόζει σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης κατά ISO 14001.

Το εξειδικευμένο τμήμα «Εφαρμοσμένης Έρευνας και Ανάπτυξης» της SUNLIGHT, συνεργάζεται με ελληνικά πανεπιστήμια, τη ΔΕΕ και το NATO σε περισσότερα από 22 προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης προϊόντων τεχνολογίας αιχμής.

Απόδειξη του υψηλού επιπέδου τεχνογνωσίας, αλλά και αξιοπιστίας της Εταιρείας είναι η ίδια της η πελατειακή βάση, που αποτελείται από ιδιωτικές εταιρίες, δημόσιους οργανισμούς, τις Ένοπλες Δυνάμεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, καθώς και οι στρατηγικοί συνεργάτες, όπως η γερμανική εταιρία κατασκευής υποβρυχίων HDW, η STN ATLAS, THALES, STET, COSMOTE, VODAPHONE, NORDIC ENERGY GROUP, OERLIKON. Οι παραπάνω όροι θέτουν τις ακλόνητες βάσεις για την παγίωση της SUNLIGHT ως μιας από τις κορυφαίες Εταιρίες Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών σε τοπικό και σε Διεθνές επίπεδο.

Δίκτυο Διανομής Προϊόντων για Βιομηχανικές και Αμυντικές Εφαρμογές

Το τμήμα των Βιομηχανικών Εφαρμογών ιδρύθηκε το 1986 με στόχο την κάλυψη του βιομηχανικού τομέα. Με την εξαγορά του Βιομηχανικού Συγκροτήματος SUNLIGHT το 1991, το τμήμα εισήλθε δυναμικά και στο χώρο της αμυντικής βιομηχανίας.

Τα Προϊόντα του τμήματος καλύπτουν τους τομείς των Τηλεπικοινωνιών, της Ενέργειας, των Μεταφορών και της Άμυνας. Στον τομέα της Άμυνας καλύπτει τις ιδιαίτερες απαιτήσεις των Ενόπλων Δυνάμεων με συσσωρευτές ειδικών προδιαγραφών, όπως αυτούς της πρόωσης υποβρυχίων και τορπιλών. Στον τομέα των Τηλεπικοινωνιών παρέχει λύσεις με ολοκληρωμένα ενεργειακά συστήματα για την υποδομή των GSM operators, αλλά και άλλων απομακρυσμένων από τα δίκτυα καταναλωτών.

Ενδεικτικά αναφέρουμε ορισμένες από τις εφαρμογές των Προϊόντων SUNLIGHT: τηλεπικοινωνίες, σιδηρόδρομοι, μετρό, αεροπορία, αεροπλοΐα, εργοστάσια παραγωγής και διανομής ρεύματος, συστήματα συναγερμών, διυλιστήρια, νοσοκομεία, ναυτιλία, ανυψωτικά - ελκτικά μηχανήματα, συστήματα αδιάλειπτης παροχής ρεύματος (UPS) κ.λπ. Ισχυρή Διεθνής Παρουσία

Ο Όμιλος επιτυγχάνει την εδραίωσή του στις αγορές του εξωτερικού, δίνοντας σημαντική έμφαση στην εξαγωγική δραστηριότητα του τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών. Απόδειξη του υψηλού επιπέδου τεχνογνωσίας και εμπειρίας του Ομίλου, είναι η εξασφάλιση διαχρονικών συνεργασιών με τοπικούς κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς και η επίτευξη εντυπωσιακών αποτελεσμάτων.

Το Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT έχει σήμερα αυτόνομη επιχειρηματική παρουσία στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία και στην Ουκρανία.

Ρουμανία

Η Εταιρεία ιδρύθηκε το 2000 με σκοπό τη διάθεση προϊόντων όπως συσσωρευτές, ηλεκτρονικά ισχύος, αλλά και υπηρεσίες σχεδιασμού και κατασκευής δικτύων GSM. Έχει έδρα της το Βουκουρέστι και διαθέτει άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό.

Σήμερα, η Εταιρεία κυριαρχεί σε σημαντικούς τομείς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα.

Βουλγαρία

Η Εταιρεία ιδρύθηκε για να δώσει νέα ώθηση στα προϊόντα SUNLIGHT που βρίσκονται εκεί από το 1991. Καλύπτει τις αυξανόμενες ανάγκες των πελατών της με προϊόντα όπως συσσωρευτές, ηλεκτρονικά ισχύος και παροχής ενέργειας, αλλά και υπηρεσίες σχεδιασμού και κατασκευής δικτύων GSM.

Ουκρανία

Πρόσφατα ιδρύθηκε η Εταιρεία στην Ουκρανία 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 Εταιρεία στοχεύει στην εδραίωσή της σε σημαντικούς τομείς της αγοράς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα. Παράλληλα, το Βιομηχανικό Συγκρότημα SUNLIGHT ίδρυσε πρόσφατα γραφεία πωλήσεων στη Γαλλία, στη Γερμανία, στην Ισπανία, στην Ιταλία, στις Η.Π.Α. και στη Ρωσία, με στόχο τη διεύρυνση των προοπτικών ανάπτυξής του και την περαιτέρω εδραίωσή του σε σημαντικούς τομείς της αγοράς που δραστηριοποιείται σε αυτές τις χώρες.

Γαλλία

Το γραφείο πωλήσεων της SUNLIGHT στη Γαλλία έχει αντικείμενο τη διάθεση συσσωρευτών μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, καθώς επίσης και συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών. Με έδρα το Παρίσι, το γραφείο πωλήσεων στοχεύει στην εδραίωσή του σε σημαντικούς τομείς της αγοράς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα.

Γερμανία

Στη Γερμανία το γραφείο πωλήσεων της SUNLIGHT, με έδρα το Ντίσελντορφ, έχει αντικείμενο τη διάθεση συσσωρευτών μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, καθώς επίσης και συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών. Στόχος του είναι η

εδραίωσή του σε απαιτητικούς τομείς της αγοράς, όπως Τηλεπικοινωνίες, Μεταφορές, Ενέργεια και Άμυνα.

Ισπανία

Έχοντας έδρα στη Μαδρίτη, το γραφείο πωλήσεων στην Ισπανία έχει αντικείμενο τη διάθεση συσσωρευτών μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, καθώς επίσης και συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών.

Ιταλία

Στην Ιταλία η SUNLIGHT διαθέτει, μέσω του γραφείου πωλήσεών της στο Μιλάνο, συσσωρευτές μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, καθώς επίσης και συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών.

Η.Π.Α.

Για τη διάθεση συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών στις Η.Π.Α., ιδρύθηκε γραφείο πωλήσεων με έδρα την Ουάσινγκτον, στοχεύοντας στην edραίωσή του σε σημαντικούς τομείς της αγοράς, όπως Τηλεπικοινωνίες και Άμυνα.

Ρωσία

Στη Ρωσία το γραφείο πωλήσεων, με έδρα τη Μόσχα, έχει αντικείμενο τη διάθεση συσσωρευτών μολύβδου ανοιχτού και κλειστού τύπου, καθώς επίσης και συσσωρευτών αμυντικών εφαρμογών. Κρίνοντας τη δραστηριοποίησή του στον τομέα Παραγωγής και Διανομής Ολοκληρωμένων Ενεργειακών Συστημάτων και Συσσωρευτών Ειδικών Προδιαγραφών ως ύψιστης στρατηγικής σημασίας, ο Όμιλος διευρύνει τις προοπτικές ανάπτυξης και επέκτασής του. Σήμερα, με την ισχυρή παρουσία του σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο, είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης σε αυτόν τον πολύ σημαντικό τομέα της βιομηχανίας.

• ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

35.000 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα. Στον τομέα Διανομής Καταναλωτικών Προϊόντων και Αναλώσιμων, ο Όμιλος, στελεχωμένος από μια έμπειρη και δραστήρια ομάδα συνεργατών, έχει μια πολύ δυναμική παρουσία.

Χάρη στην άρτια οργάνωση και το άμεσο service, το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων επιτυγχάνει τη διάθεση των Προϊόντων σε περισσότερα από 35.000 τελικά σημεία πώλησης. Με αυτόν τον τρόπο έχει κατακτήσει πολύ υψηλά μερίδια αγοράς σε όλα τα Προϊόντα που διανέμει. Το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων διακινεί Προϊόντα που περιλαμβάνουν:

Κυλινδρικές Μπαταρίες Sunlight. Το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων διανέμει κυλινδρικές μπαταρίες SUNLIGHT, οι οποίες παράγονται στο ομώνυμο Βιομηχανικό Συγκρότημα του Ομίλου Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ.

Κυλινδρικές Μπαταρίες Toshiba. Αποκλειστική αντιπροσώπευση και διανομή σε Ελλάδα και Ευρώπη. Το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων στις κυλινδρικές μπαταρίες Sunlight και Toshiba κατέχει μερίδιο που ξεπερνά το 27% στην ελληνική αγορά.

Πλήρης γκάμα φακών. Διακινεί την πληρέστερη γκάμα φακών Sunlight και Toshiba.

Καρτοκινητά τηλέφωνα. Διανέμει καρτοκινητά τηλέφωνα και Connection Packs των εταιριών Cosmote, Telestet και Vodafone. Κάρτες προπληρωμένου χρόνου κινητής τηλεφωνίας. Διανέμει προϊόντα των εταιριών Cosmote, Telestet και Vodafone, με μερίδιο πάνω από 30% στην ελληνική αγορά.

Κάρτες Προπληρωμένου Χρόνου Σταθερής Τηλεφωνίας και Internet. Διανέμει όλες τις κάρτες προπληρωμένου χρόνου σταθερής τηλεφωνίας του ΟΤΕ και άλλων εναλλακτικών εταιριών, κατέχοντας μερίδια πάνω από 28% στην ελληνική αγορά.

Με τα εξειδικευμένα στελέχη του και τους αποκλειστικούς αντιπροσώπους του, το Δίκτυο Καταναλωτικών Προϊόντων επισκέπτεται, σε μηνιαία βάση, περισσότερους από 3.000 πελάτες. Σήμερα, το Δίκτυο εξυπηρετεί supermarkets, ομίλους, πολυκαταστήματα, ενώσεις και πρατήρια, αλυσίδες παιχνιδιών, καταστήματα Cash & Carry, φωτογραφεία, γενικούς χονδρέμπορους κ.ά.

- **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ EVALUE**

re-evaluate your business potential

Έχοντας βαθιά γνώση ότι η ολοκληρωμένη και αποτελεσματική επικοινωνία με την αγορά είναι το κλειδί στην επιτυχία κάθε επιχείρησης, ίδρυσε το Σεπτέμβριο του 1999 την Εταιρεία evaluate. Σκοπός της evaluate είναι η παροχή στους συνεργάτες της ολοκληρωμένων υπηρεσιών που συμβάλλουν στη διαχείριση των πελατειακών τους σχέσεων.

Με δυνατότητα απασχόλησης 1.200 εξειδικευμένων agents, 365 μέρες το χρόνο και σε 24ωρη βάση, η evaluate προσφέρει με απόλυτη επιτυχία ολοκληρωμένες υπηρεσίες τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, απόλυτα προσαρμοσμένες στις ανάγκες των πελατών της. Επιπλέον, η evaluate δεν είναι μόνο ένα αξιόπιστο contact center, αλλά ένας ανεκτίμητος εταιρικός συνεργάτης, ο οποίος σχεδιάζει, αναλαμβάνει και διεκπεραιώνει με ακρίβεια τις υπηρεσίες που οι πελάτες του έχουν πραγματικά ανάγκη.

Η ευελιξία των τηλεφωνικών υπηρεσιών της evaluate, σε συνδυασμό με τα υπερσύγχρονα τεχνολογικά μέσα και το εξειδικευμένο προσωπικό της, μπορούν να εγγυηθούν για την αποτελεσματικότητα στην επικοινωνία με τους πελάτες της. Παράλληλα, η evaluate διαθέτει τη δυνατότητα παροχής management ή consulting υπηρεσιών για τα in-house call-centers, καθώς και ολοκληρωμένες υπηρεσίες CRM (Customer Relationship Management) που εστιάζουν στην αμφίδρομη, διαπροσωπική επικοινωνία ("ONE-TO-ONE") με τους καταναλωτές, μέσω του τηλεφώνου. Doing ordinary things, extraordinary well... Ειδικότερα, η evaluate αποτελεί την ανοιχτή γραμμή:

Κάθε επιχείρησης για:

- Προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών
- Είσπραξη ληξιπρόθεσμων οφειλών
- Έρευνες αγοράς
- Διαχείριση βάσεων δεδομένων
- Follow up εκδηλώσεων

Των πελατών κάθε επιχείρησης για ενημέρωση γύρω από:

- Προϊόντα, υπηρεσίες
 - Σημεία παρουσίας
 - Διεκπεραίωση παραγγελιών
 - Τεχνική υποστήριξη
 - After sales support
 - Διαχείριση παραπόνων
-
- **NGS**

Ολοκληρωμένες λύσεις πληροφοριακών συστημάτων και τηλεπικοινωνιών

Ο Διαβλέποντας τη ραγδαία εξέλιξη που σημειώνεται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ο Όμιλος ίδρυσε την Εταιρεία NGS. Η NGS βρίσκεται κοντά στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς του ιδιωτικού και δημόσιου φορέα, διαθέτοντας στελέχη με πλήρη γνώση των εξελίξεων της τεχνολογίας και του τρόπου εφαρμογής τους στη λειτουργία κάθε επιχείρησης. Παρέχοντας άμεση και ολοκληρωμένη ανταπόκριση σε όλο το φάσμα δραστηριότητας κάθε επιχείρησης και με ουσιαστική μελέτη και υποστήριξη αναπτύσσει, σχεδιάζει και υλοποιεί λύσεις πληροφοριακών συστημάτων και τηλεπικοινωνιών προσαρμοσμένες στις ειδικές απαιτήσεις κάθε επιχείρησης. Τα Προϊόντα και οι Υπηρεσίες που προσφέρει η NGS είναι τα εξής:

Λύσεις Υποδομών Κτιρίων

- Καλωδιακές Υποδομές Κτιρίων
- Οπτικές Ίνες
- Προϊόντα και Διαχείριση Ενέργειας (USP, Γεννήτριες)

Λύσεις Δικτύων

- Ενσύρματα Δίκτυα (LAN, WAN)
- Ασύρματα Δίκτυα (LAN, WAN)
- Υποδομές Διαχείρισης και Εξασφάλισης Δικτύων
- IP Telephony

Λύσεις Διαχείρισης Αποθήκευσης Δεδομένων

- Υποδομές Διαχείρισης και Αποθήκευσης Πληροφοριών - Data Storage

- NAS

- SAN

Λύσεις Ασφάλειας Δεδομένων

- Firewall
- Security Auditing
- Risk Analysis
- Security Policy

Λύσεις Πληροφορικής

- Υπολογιστικά Συστήματα
- Συστήματα Διαχείρισης Αποθηκών
- Συστήματα Διαχείρισης Εγγράφων
- Συστήματα Retail Store Automation

Λύσεις Τηλεπικοινωνιών

- Δορυφορικές Λύσεις
- Internet Λύσεις
- Λύσεις Εναλλακτικών Παροχών (Voice-Data-Image)

Λύσεις Τηλεφωνίας

- Τηλεφωνικά Κέντρα
- Εφαρμογές Τηλεφωνικών Κέντρων
- Λύσεις Call Center
- Καταγραφικά Φωνής

Η NGS παρέχει ολοκληρωμένο σχεδιασμό μελέτη, υλοποίηση, διαχείριση, υποστήριξη και εκπαίδευση σε όλες τις παρεχόμενες λύσεις προς τους πελάτες της. Συμπληρωματικά ένα τμήμα εξειδικευμένων ατόμων είναι κοντά σε κάθε πελάτη, προσφέροντας after sales service.

Μια δυναμική ομάδα είναι δίπλα σε κάθε επιχείρηση για να μελετήσει τις ανάγκες και το περιβάλλον της και να δημιουργήσει κερδοφόρες στρατηγικές και εφαρμογές

χρησιμοποιώντας την τελευταία λέξη της τεχνολογίας, εξασφαλίζοντας έτσι την επιτυχία. ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΜΑΣ Η ΔΥΝΑΜΗ ΜΑΣ.

Οι άνθρωποί μας, πάντα κοντά σας, ενημερωμένοι και εφοδιασμένοι με τα κατάλληλα εργαλεία, είναι οι βάσεις και το μέλλον του Ομίλου μας

Οι άνθρωποι αποτελούν το σημαντικότερο κεφάλαιο του Ομίλου και ένα από τα ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα, καθώς συνθέτουν το πρόσωπο του Ομίλου και έρχονται καθημερινά σε επαφή με τους καταναλωτές, συνεργάτες, μετόχους του, σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων του στις εγχώριες, αλλά και στις διεθνείς αγορές. Η εργασιακή πολιτική που ακολουθεί ο Όμιλος, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, έχει ως στόχο ο κατάλληλος άνθρωπος να απασχολείται στην κατάλληλη θέση, με τα κατάλληλα επαγγελματικά εργαλεία και άρτια εκπαίδευση, απόλυτα προσαρμοσμένη στις ανάγκες του. Από τη στιγμή ένταξης ενός εργαζομένου στο Δυναμικό του Ομίλου, βάσει αυστηρών κριτηρίων επιλογής, ακολουθείται μια διαρκής διαδικασία αξιολόγησης και εκπαίδευσης, ώστε να αναδεικνύονται και να αξιοποιούνται οι δυνατότητές του στο μέγιστο βαθμό.

- **Εκπαίδευση**

Ο Όμιλος επενδύει στην πολύπλευρη και διαρκή ανάπτυξη του Ανθρώπινου Δυναμικού του, με στόχο τη συμμετοχή του στις σύγχρονες τεχνολογικές και επιχειρηματικές εξελίξεις. Η συνεχής και εξειδικευμένη εκπαίδευση των στελεχών διασφαλίζεται με πρωτοποριακά προγράμματα e-learning (σύγχρονο και ασύγχρονο) και μαθήματα στο εκπαιδευτικό κέντρο του Ομίλου. Παράλληλα, ξεκίνησε και η λειτουργία της "Ακαδημίας ΓΕΡΜΑΝΟΣ", μία πρωτοποριακή προσπάθεια του Ομίλου που στοχεύει στη διά βίου εκπαίδευση του Ανθρώπινου Δυναμικού του Ομίλου, η οποία θα συμβάλει στην ουσιαστική αναβάθμιση της απόδοσής του και κατ' επέκταση στην επίτευξη των άμεσων, αλλά και μακροπρόθεσμων στόχων του Ομίλου.

- **Επαγγελματισμός**

Διαθέτει ένα από τα πλέον σύγχρονα μοντέλα οργάνωσης, με τις κατάλληλες διαδικασίες και δομές, ώστε να επιτυγχάνει την ταχύτατη λήψη αποφάσεων, καθώς

και ένα αξιόπιστο σύστημα επιλογής και αξιολόγησης όλου του Ανθρώπινου Δυναμικού.

Παρακολουθώντας διαρκώς και ενισχύοντας τις συγκεκριμένες διαδικασίες, ο Όμιλος έχει αναδείξει ως σημαντικό ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα το υψηλό επίπεδο γνώσης, δημιουργικότητας, επιχειρηματικότητας, πρωτοβουλίας και επαγγελματισμού των ανθρώπων του, αυτών που καθημερινά υλοποιούν με επιτυχία το όραμά του.

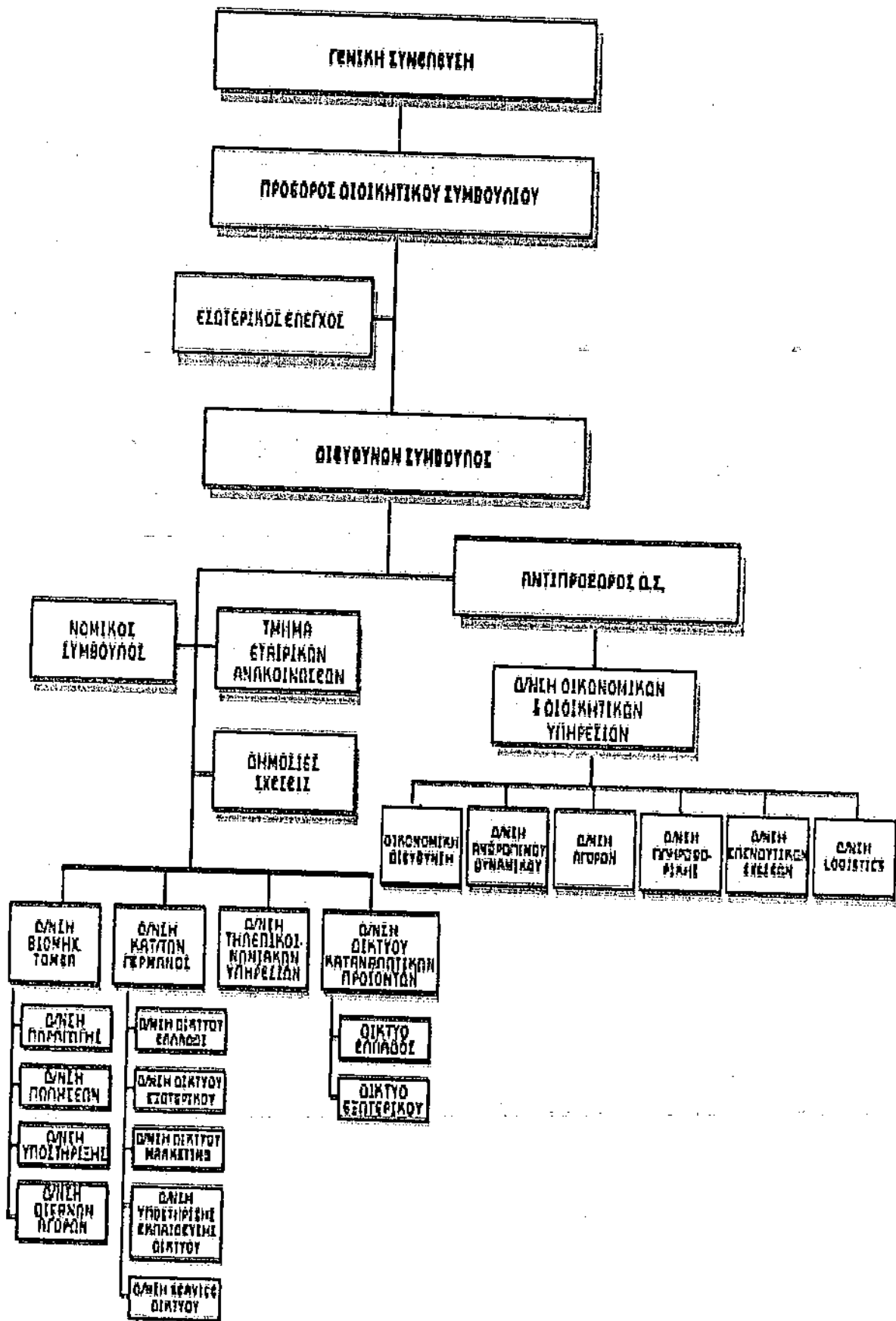
- **Άριστο Περιβάλλον Εργασίας**

Εξασφαλίζει ένα άριστο περιβάλλον εργασίας στο σύνολο του Ανθρώπινου Δυναμικού του. Γεγονός που συντελεί στην αυξημένη αποδοτικότητα, καθώς και στην περαιτέρω ανάπτυξη κάθε Εταιρείας και του Ομίλου στο σύνολό του. Στο εργασιακό περιβάλλον του Ομίλου, ο εργαζόμενος έχει την ευκαιρία να αναδεικνύει τις ικανότητές του, να συνεργάζεται αρμονικά, να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες, να ενημερώνεται και να εκπαιδεύεται διαρκώς, να θέτει νέους στόχους, τόσο προσωπικούς, όσο και στο ευρύτερο πλαίσιο του Ομίλου.

1.1.10. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Η ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ εκσυγχρονίζει συνεχώς την οργανωτική της δομή, για τη διασφάλιση της άρτιας λειτουργίας της. Η υφιστάμενη οργανωτική δομή 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.

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. Το οργανόγραμμα που ακολουθεί απεικονίζει την οργανωτική διάρθρωση της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ:



1.1.11. ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο Όμιλος απασχολεί σήμερα πάνω από 1500 εργαζομένους στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό και συνεχίζει να επενδύει δυναμικά σε νέους τομείς δραστηριοτήτων. Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ομίλου στην προσπάθειά του να συνδέσει κάθε άνθρωπο με τη σύγχρονη τεχνολογία. Βασικές αρχές λειτουργίας του Ομίλου είναι η συνεχής εκπαίδευση, η εξειδίκευση και ανάπτυξη τεχνογνωσίας του ανθρώπινου δυναμικού σε συνδυασμό με την ευελιξία και καινοτομία που απαιτεί η αγορά των σύγχρονων τεχνολογιών. Αν επιθυμείτε να εργασθείτε σε έναν δυναμικά αναπτυσσόμενο Όμιλο με άριστες συνθήκες εργασίας, δυνατότητες εξέλιξης και προοπτικές καριέρας, μπορείτε να στείλετε το βιογραφικό σας σημείωμα για τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας που σας ενδιαφέρουν.

1.1.12. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

• ΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ ΒΑΣΕΙΣ – ΑΡΤΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η άριστα οργανωμένη διάρθρωση των κτιριακών του εγκαταστάσεων, σε συνάρτηση με ένα αξιόπιστο σύστημα υποδομής τεχνολογιών πληροφορικής, είναι η βασική προϋπόθεση για την εύρυθμη λειτουργία όλων των Εταιρειών του Ομίλου.

Έχει επενδύσει στρατηγικά και στους δύο τομείς, θεωρώντας τους ως το αξιόπιστο υπόβαθρο που εξασφαλίζει τη συνοχή των Εταιρειών και υποστηρίζει όλο το πλέγμα ενεργειών τους. Είτε πρόκειται για την ξεχωριστή λειτουργία της κάθε Εταιρείας, είτε για τη συντονισμένη, από κοινού, δράση τους, τόσο εντός, όσο και εκτός των ελληνικών συνόρων.

Οι κτιριακές εγκαταστάσεις και τεχνολογίες υποδομής αποτελούν βασικά συστατικά της επιτυχίας και κύριους παράγοντες ανταγωνιστικότητας. Δομημένα βάσει του επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου του Ομίλου, είναι τα εχέγγυα για την πραγμάτωση κάθε στρατηγικού στόχου του και η βασική προϋπόθεση για την επέκτασή του στις διεθνείς αγορές, πάντα με βάση το ανθρωποκεντρικό όραμα "σύνδεσης του καθημερινού ανθρώπου με την τεχνολογία".

• **ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ**

Σήμερα, οι κτιριακές εγκαταστάσεις του Ομίλου βρίσκονται σε καίρια σημεία της Ελλάδας και καλύπτουν με άριστο και ολοκληρωμένο τρόπο τις διοικητικές, παραγωγικές και αποθηκευτικές ανάγκες, τόσο για την εξέλιξη στην εγχώρια αγορά, όσο και για την επέκτασή του σε αγορές του εξωτερικού.

Άγ. Στέφανος Αττικής - 23ο χλμ. Εθνικής οδού Αθηνών – Λαμίας: Σε σύνολο 30,2 στρεμμάτων οικοπεδικής έκτασης βρίσκονται εγκατεστημένα τα κεντρικά γραφεία διοίκησης συνολικής επιφάνειας 8.706 τ.μ. Τα κτίρια αυτά περιλαμβάνουν επίσης βοηθητικούς χώρους, ενώ διαθέτουν και άνετους χώρους στάθμευσης.

Αθήνα - Εμμ. Μπενάκη 6: Το κτίριο, το οποίο ανακαινίστηκε πρόσφατα, 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, 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 στηρίχθηκε στη 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 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 142 στρεμμάτων και δομημένο χώρο 28.220 τ.μ. Στο συγκρότημα λαμβάνει χώρα η παραγωγική δραστηριότητα της Εταιρείας.

Ξάνθη - 6ο χλμ. της Εθνικής οδού Ξάνθης – Καβάλας: Το κτιριακό συγκρότημα της ενυπαι 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 Εταιρείας.

• **ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

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. Επιπλέον συντελεί στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών ανταλλαγής πληροφοριών των κεντρικών του εγκαταστάσεων με τις εγκαταστάσεις των παροχέων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και Internet, τις εγκαταστάσεις των συγγενών εταιρειών του, καθώς και τη διασύνδεσή τους με τα Καταστήματα του Ομίλου. Συνοπτικά, η βασική διάρθρωση της υποδομής 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.

Σύστημα εμπορικής διαχείρισης καταστημάτων: Εγκατάσταση συστήματος εμπορικής διαχείρισης αφ' ενός με online επικοινωνία με τα κεντρικά και αφ' ετέρου χρήση POS για τη διασφάλιση της απρόσκοπτης λειτουργίας του Δικτύου. Το σύστημα έχει πελατοκεντρική φιλοσοφία, δίνοντας τη δυνατότητα για ακόμη καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

Κεντρικό μηχανογραφικό σύστημα υποστήριξης Εταιρικών διαδικασιών: Το σύστημα διεκπεραιώνει τις τυποποιημένες διαδικασίες της Εταιρείας. Σημειώνεται ότι έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη 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 τη βελτιστοποίηση του βαθμού εξυπηρέτησης της ζήτησης.

Συστήματα διασφάλισης και προστασίας δεδομένων (firewalls): Διασφαλίζουν τη διάθεση των πληροφοριών μόνο σε εσωτερικούς και εξουσιοδοτημένους χρήστες συνεργαζομένων εταιρειών, 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 τους παροχείς τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και υπηρεσιών Internet.




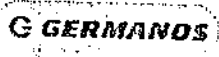




Σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management): Υποστηρίζει τη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων, τόσο πριν από την πώληση (campaign management), όσο και μετά την πώληση. Το σύστημα επιβράβευσης πιστότητας (Customer Loyalty System), καθώς και η ηλεκτρονική διαχείριση των υπηρεσιών επισκευής (Customer Service System) συνδράμουν και διασφαλίζουν τη διαχρονικότητα της υψηλής ποιότητας της παρεχόμενης εξυπηρέτησης του καταναλωτή.

Τηλεφωνικό κέντρο εξυπηρέτησης καταναλωτών (Computer Telephony Integration): Λειτουργεί ειδική γραμμή επικοινωνίας για την τηλεφωνική υποστήριξη των πελατών, που σκοπό έχει την άμεση πρόσβαση στις αντίστοιχες υπηρεσίες, οι οποίες παρέχουν τις πλέον αξιόπιστες λύσεις για κάθε περιστατικό, στο ελάχιστο χρονικό διάστημα.

Ολοκληρωμένα συστήματα ανίχνευσης και επεξεργασίας επιχειρησιακών δεδομένων (Data Warehouse): Τα συστήματα αυτά επιτρέπουν την παροχή άμεσης, έγκυρης και κατανοητής πληροφόρησης προς τα στελέχη και τους συνεργάτες του Ομίλου.

- **ΚΕΝΤΡΟ ΤΥΠΟΥ:** Η ενότητα αυτή δημιουργήθηκε για τους εκπροσώπους του Τύπου και των ΜΜΕ. Εδώ μπορεί κανείς να βρει όλα τα απαραίτητα εργαλεία (λογότυπα, φωτογραφίες) σχετικά με την ολοκληρωμένη ενημέρωσή του για στοιχεία που αφορούν στην ταυτότητα και τη συνολική παρουσίαση του Ομίλου και των δραστηριοτήτων του.

• ΛΟΓΟΤΥΠΑ ΟΜΙΛΟΥ

<p>Όμιλος Εταιριών ΓΕΡΜΑΝΟΣ</p>	 <p>ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ</p>	 <p>GROUP OF COMPANIES</p>
<p>Δίκτυο Καταστημάτων ΓΕΡΜΑΝΟΣ</p>	<p>ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ</p>  <p>σας συνδέει με την τεχνολογία</p>	<p>CHAIN OF STORES</p>  <p>connecting you with technology</p>
<p>Βιομηχανικό Συγκρότημα Sunlight</p>		
<p>evaluate - Εταιρία call center & CRM</p>		
<p>NGS</p>		
<p>Πρόγραμμα Ανακύκλωσης Diasbat</p>		

• **ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ**

ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ	www.germanosgroup.gr
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ – ΕΛΛΑΔΑ	www.e-germanos.gr
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ – ΚΥΠΡΟΣ	www.germanos.com.cy
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ – ΠΟΛΩΝΙΑ	www.germanos.pl
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ – ΡΟΥΜΑΝΙΑ	www.germanos.ro
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	www.germanos.bg
ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΠΡΩΗΝ ΓιΟΥΓΟΣΛΑΒΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	www.germanos.com.mk
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ SUNLIGHT	www.sunlight.gr
evaluate, ΕΤΑΙΡΕΙΑ CALL CENTER & CRM	www.evaluate.gr
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ DIASBAT	www.diasbat.gr

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Πόσα άτομα απασχολεί σήμερα η εταιρεία σας ως μόνιμο προσωπικό και πόσα ανήκουν είτε στον διοικητικό είτε στον εργατοτεχνικό είτε σε οποιονδήποτε άλλο κλάδο;

-----Όσον αφορά στην Πάτρα απασχολούνται 25 υπάλληλοι, 5 προϊστάμενοι, 1 Περιφερειακός και 1 υπεύθυνος καταστήματος-----

2. Κάτω από ποιες συνθήκες εργασίας απασχολείται το προσωπικό σας; Τηρούνται οι κανόνες ασφάλειας εργασίας και υγιεινής;

-----Οι συνθήκες εργασίας είναι άριστες. Κατάστημα διαθέτει σύστημα πυροπροστασίας, συστήματα αντικλοπής, φαρμακείο πλήρως εξοπλισμένο -----

3. Χρησιμοποιείτε ιδιωτική φύλαξη (security) για την ασφάλεια των χώρων εργασίας;

-----Παρέχεται ιδιωτική φύλαξη από την Group 4-----

4. Κατά πόσο οι ανάγκες της εταιρείας σας καλύπτονται μέσα από τον υπάρχοντα τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό;

-----Οι ανάγκες της εταιρείας καλύπτονται επαρκώς σήμερα από τον υπάρχοντα τεχνολογικό και μηχανολογικό με τα τελευταία υπερσύγχρονα μέσα και ανανεώνεται συνεχώς μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστικών συστημάτων-----

5. Υπάρχουν οδοί διαφυγής και έξοδοι κινδύνου;

-----Όλα τα καταστήματα διαθέτουν εξόδους κινδύνου-----

6. Υπάρχει στην εταιρεία σας μέριμνα για παροχή πρώτων βοηθειών σε περίπτωση είτε εργατικού ατυχήματος είτε οποιαδήποτε άλλης ανάγκης;

-----Έχουν γίνει διάφορες συμβάσεις με ιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων καθώς επίσης οι εργαζόμενοι έχουν κάνει σεμινάρια προστασίας από ατυχήματα-----

7. Ποια μέτρα έχουν ληφθεί για την ασφαλή χειρωνακτική διακίνηση των φορτίων;

-----Υπάρχουν ειδικά μηχανήματα κλαρκ για τη μεταφορά των βαρέων αντικειμένων, επίσης μπαλετοφόρα κ.λ.π.-----

8. Σε ποιον ασφαλιστικό κλάδο υπάγονται οι εργαζόμενοι που απασχολούνται στην επιχείρησή σας;

-----Υπάγονται στο Ι.Κ.Α.-----

9. Γίνεται εκπαίδευση του προσωπικού για νέες τεχνολογίες;

-----Με σεμινάρια που παρέχονται από τον Όμιλο παρέχεται
διαρκής εκπαίδευση και ενημέρωση-----

10. Υπάρχει Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ;

-----Ο Όμιλος διαθέτει τό συγκεκριμένο τμήμα στην Αθήνα στα
κεντρικά-----

11. Δίνεται bonus εργασίας στους εργαζόμενους;

-----Ανάλογα με την παραγωγή και πωλήσεις-----

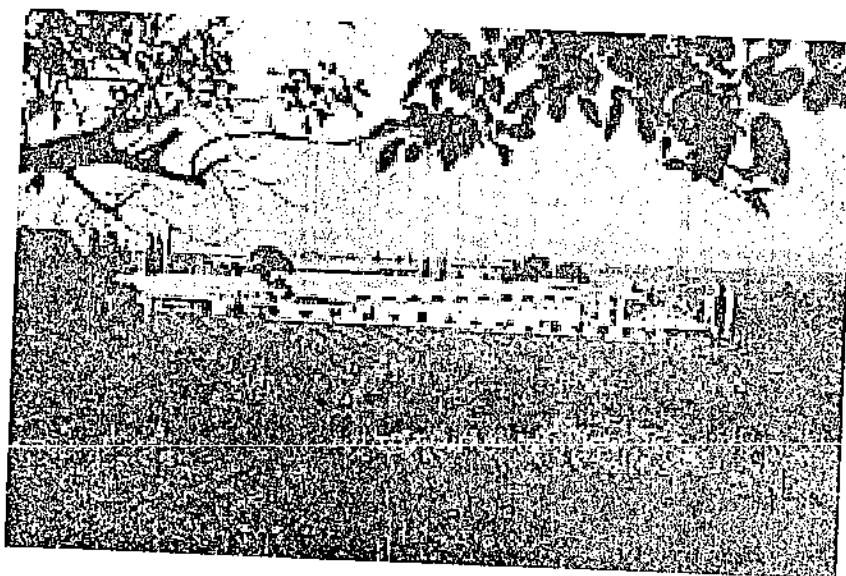
12. Το προσωπικό εργάζεται συνεχές ωράριο. Υπάρχουν βάρδιες προσωπικού;

-----Ακολουθείται το ωράριο καταστημάτων-----

13. Ποια είναι η οργανωτική δομή της εταιρείας;

-----*(Μας διατέθηκε το οργανόγραμμα του Ομίλου)*-----

1.2. ΑΧΑΪΑ CLAUSS



Ποια είναι η σχέση ήλιου και κρασιού;

Το παρακάτω μοιάζει με παραμύθι, δεν είναι όμως. Το έγραψε η Περιβαλλοντική Ομάδα των Νέων Δημοσιογράφων για το περιβάλλον του Ε.Π.Α. Πάτρας μετά την επίσκεψή της στην Achaia Clauss

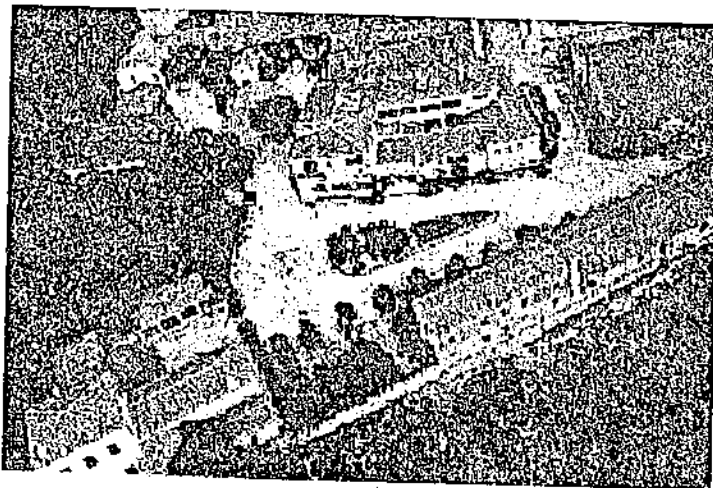
Μια φορά και έναν καιρό ήταν ένας Βαυαρός που τον έλεγαν Gustav Clauss. Στον Gustav άρεσε πολύ να πίνει κρασί και να διαβάζει βιβλία. Μια μέρα λοιπόν εκεί που έπινε το κρασί του ,άρχισε να διαβάζει ένα πολύ ωραίο βιβλίο που μιλούσε για την Ελλάδα. Ο Gustav εντυπωσιάστηκε από την ιστορία αυτής της χώρας και υποσχέθηκε στον εαυτό του να την επισκεφθεί. Έτσι και έγινε. Το 1854 ο Gustav βρέθηκε στην ηλιόλουστη Ελλάδα. Ταξίδεψε σε πολλά μέρη της μαγευτικής αυτής χώρας, ώσπου κάποια μέρα βρέθηκε στην Πάτρα. Εκεί ανακάλυψε έναν παράδεισο από αμπελόφυτους λόφους.

"Εδώ" σκέφτηκε, "παράγουν το καλύτερο κρασί". Χωρίς να χάσει ευκαιρία, ο Gustav εγκαταστάθηκε στην Πάτρα, αγόρασε γη και έχτισε ένα κάστρο-οινοποιείο.



Με μεράκι και αγάπη ο Gustav δημιούργησε πολλά κρασιά που άρχισαν να εξάγονται στην Ευρώπη: Μαυροδάφνη, Μοσχάτο, Δεμέστιχα...

Το 1919 ο Έλληνας επιχειρηματίας Βλάσσης Αντωνόπουλος αγόρασε την Εταιρεία, που συνέχισε τις επιτυχίες της στα κρασιά: Santa Helena, Danielis, Patras, Nemea, Kelari του Clauss...



Άποψη των εγκαταστάσεων της Achaia Clauss

Το ότι η Achaia Clauss πρωτοπορεί στον τομέα της χρήσης ηλιακής ενέργειας είναι άγνωστο σε πολλούς. Παρόλο που στην Ελλάδα δεν έχει διαδοθεί η χρήση ηλιακών συστημάτων στις βιομηχανίες, η Πιθανοί χρήστες θα μπορούσαν να είναι βιομηχανίες παραγωγής σαπουνιού, ζύθου, οίνου, καλλυντικών, υφαντουργεία, σφαγεία κ.λπ.

Achaia Clauss είναι από τις πρώτες και ελάχιστες βιομηχανίες που έχει Κεντρική Ηλιακή Εγκατάσταση για προθέρμανση του νερού που χρησιμοποιείται για το πλύσιμο των φιαλών του κρασιού.

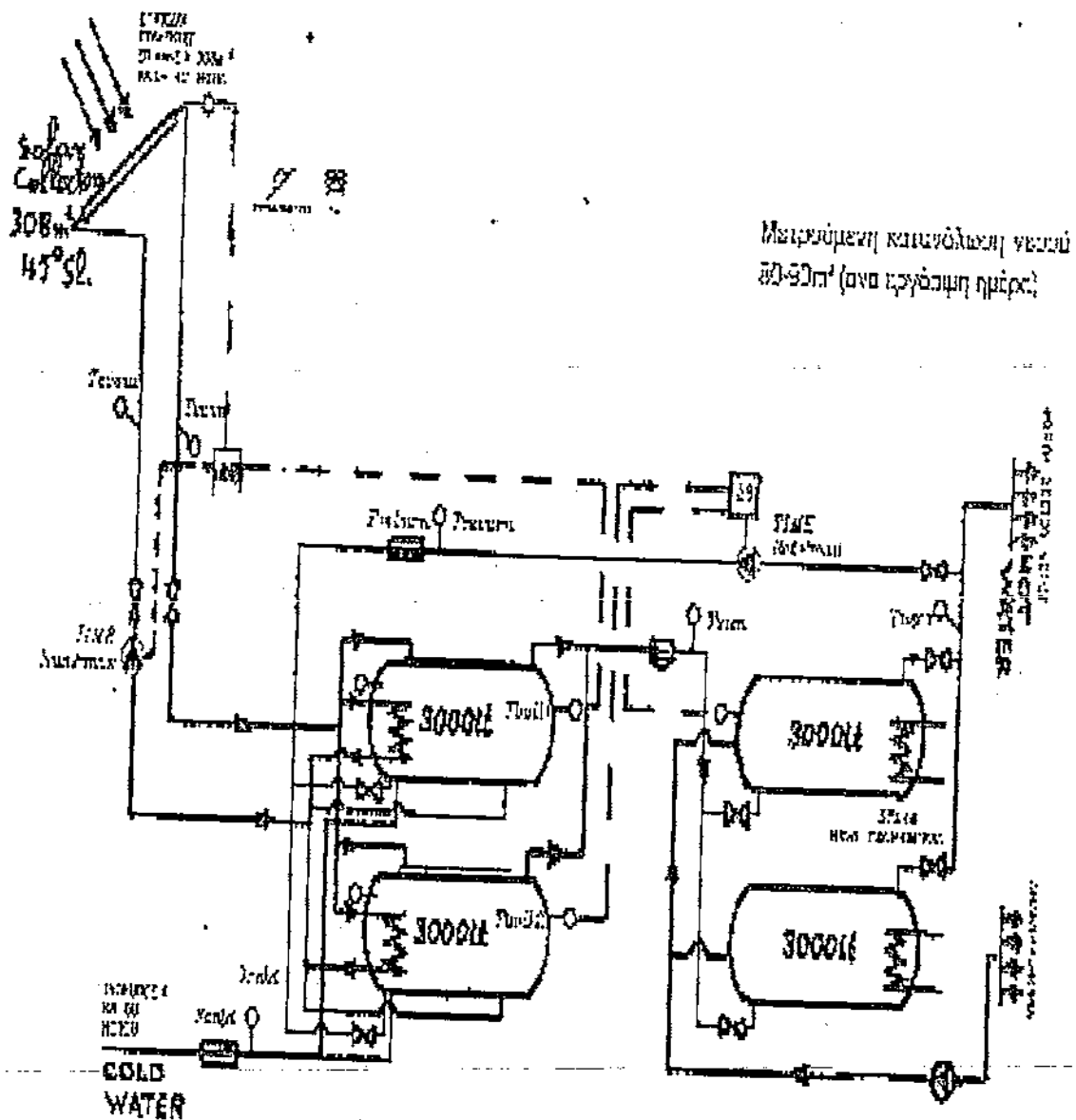


Η εγκατάσταση κατά το 50 % του κόστους χρηματοδοτήθηκε από το Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (Κ.Α.Π.Ε.) το οποίο προωθεί την ιδέα της "εγγυημένης απόδοσης" και της "χρηματοδότησης εκ μέρους τρίτων", ώστε να αρθούν οι επιφυλάξεις για την χρήση Ενεργητικών Ηλιακών Συστημάτων.

Έτσι η SOLE Ε.Π.Ε. το 1993 κατασκεύασε και εγκατέστησε σε ένα από τα κτίρια της οινοποιητικής αυτής βιομηχανίας, το εμφιαλωτήριο, 140 ηλιακούς συλλέκτες συνολικής επιφάνειας 308 m², προσανατολισμένους στον νότο, με κλίση 45^ο. Ανάλαβε επίσης την λειτουργία και συντήρηση της συγκεκριμένης εγκατάστασης, για διάστημα 6 χρόνων.

Το εμφιαλωτήριο, στη ταράτσα του οποίου στήθηκε η ηλιακή εγκατάσταση καλύπτει επιφάνεια πάνω από 5000 τετραγωνικά μέτρα και είναι νέα κτίριο (1983). Έχει δυναμικότητα παραγωγής είκοσι χιλιάδες φιαλών την ώρα και συνολική ετήσια παραγωγή πέντε εκατομμύρια φιάλες.

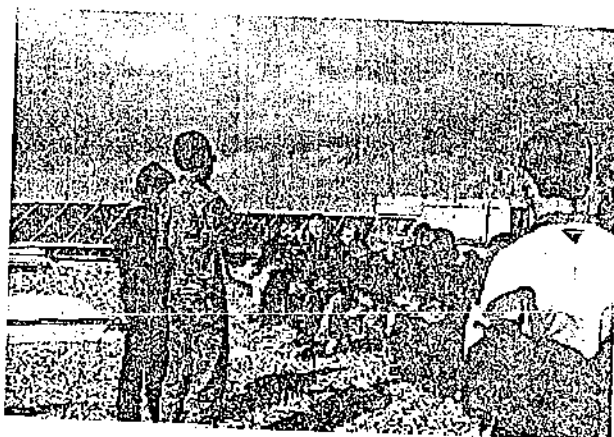
Ο μηχανικός της εταιρείας είναι ο κύριος Ανδρέας Τασσής. Ήταν ιδιαίτερα κατατοπιστικός και απάντησε με υπομονή σε όλες μας τις ερωτήσεις. Μας εξήγησε ότι με τη νέα ηλιακή εγκατάσταση προθερμαίνεται το κρύο νερό μέχρι τη θερμοκρασία των 60^ο C το πολύ. Στη συνέχεια αυτό το νερό οδηγείται στη παλιά εγκατάσταση η οποία το θερμαίνει με χρήση πετρελαίου σε ψηλότερες θερμοκρασίες που απαιτούνται για το πλύσιμο των φιαλών.



Ηλιακή εγκατάσταση και εξοπλισμός τηλεπαρακολούθησης

Η αποπληρωμή της εγκατάστασης προς την SOLE Ε.Π.Ε., γίνεται από την Achaia Clauss, η οποία καταβάλλει μηνιαία το αντίτιμο της ενέργειας που εξοικονομείται από το ηλιακό σύστημα. Έτσι αντί να αγοράζει πετρέλαιο DIESEL αποζημιώνει την SOLE Ε.Π.Ε. για την εγκατάσταση του συστήματος. Η βασική τιμή χρέωσης αναπροσαρμόζεται ανάλογα με την αύξηση της τιμής του πετρελαίου.

Το Κ.Α.Π.Ε., φορέας κοινής αποδοχής από τον χρήστη και τον εγκαταστάτη, παρακολουθεί μέσω συστήματος τηλεπαρακολούθησης τη λειτουργία και απόδοση του συστήματος. Η Achaia Clauss πληρώνει μόνο στην περίπτωση που η εγκατάσταση δίνει πραγματικά την ποσότητα ενέργειας που δίνει ο κατασκευαστής, σύμφωνα με τις μετρήσεις του Κ.Α.Π.Ε.. Τον Οκτώβριο του 1999 η ηλιακή εγκατάσταση θα είναι ιδιοκτησία της Achaia Clauss.



Απόδοση της εγκατάστασης

Ο υπολογισμός των διαστάσεων του συστήματος, τα καλής ποιότητας υλικά και η σωστή συντήρηση είναι απαραίτητες προϋποθέσεις για τη σωστή λειτουργία μιας Κεντρικής Ηλιακής εγκατάστασης. Στη συγκεκριμένη εγκατάσταση, η απόδοση θα ήταν ακόμα μεγαλύτερη αν είχε τοποθετηθεί μεγαλύτερη δεξαμενή, μεγαλύτεροι εναλλάκτες, καλύτερες μονώσεις και καλύτερης ποιότητας εξαρτήματα. Παρατηρήσαμε π.χ. ότι τα εξαεριστικά ήταν οξειδωμένα και έσταζαν.

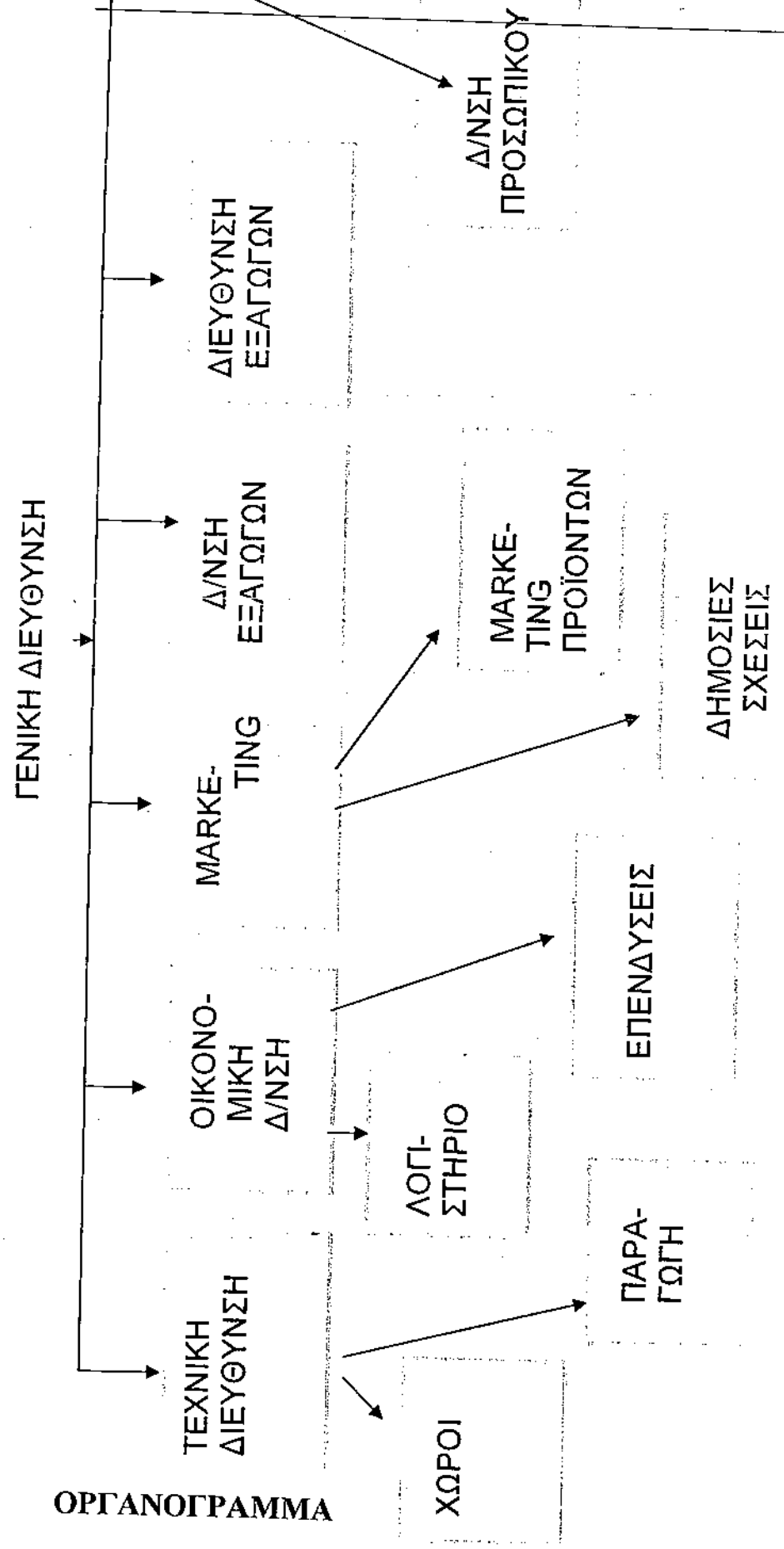
Το περιβάλλον εκπέμπει S.O.S.

Στην Ελλάδα οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα το 1990 ήταν 84,5 εκατομμύρια τόνοι και το 1996 ήταν 93 εκατομμύρια τόνοι (αύξηση 10%). Η βιομηχανία είναι ιδιαίτερα ενεργοβόρα.



Σε βιομηχανίες που χρησιμοποιούν μεγάλες ποσότητες ζεστού νερού ή και ατμού στη παραγωγική διαδικασία, σημαντική εξοικονόμηση ενέργειας μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση Κεντρικών Ηλιακών Συστημάτων. Σύμφωνα με τηλεμετρήσεις που έκανε το Κ.Α.Π.Ε. στην εγκατάσταση της Achaia Clauss και σε άλλες πέντε Κεντρικές Ηλιακές Εγκαταστάσεις, η μέση ετήσια εξοικονόμηση ενέργειας είναι της τάξης των 400-450 Kwh ανά τετραγωνικό μέτρο συλλεκτικής επιφάνειας. Το περιβαλλοντικό όφελος είναι ότι για 2 τ.μ. ηλιακού συλλέκτη μειώνεται η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα και άλλων ρύπων σχεδόν κατά 1 τόνο ετησίως. Οι ηλιακοί συλλέκτες του τύπου της Achaia Clauss (χαμηλών θερμοκρασιών) δεν έχουν υψηλό κόστος και σε συνδυασμό με την αρχή της "εγγυημένης απόδοσης" και της "χρηματοδότησης εκ μέρους τρίτων" θα μπορούσαν να εγκαθίστανται σε βιομηχανίες, σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, αθλητικά κέντρα κ.λ.π. με μεγάλο όφελος για το περιβάλλον. Στη χώρα μας τέτοια Κεντρικά Ηλιακά Συστήματα έχουν εγκατασταθεί σε ελάχιστο αριθμό βιομηχανιών (εμφιαλωτήρια, βυρσοδευεία, βαφεία και γαλακτοκομικές μονάδες). Πιθανοί χρήστες θα μπορούσαν να είναι βιομηχανίες παραγωγής σαπουνιού, ζύθου, οίνου, καλλυντικών, υφαντουργία, σφαγεία κ.λ.π. Οι λόγοι για τον μικρό αριθμό Κεντρικών Ηλιακών Εγκαταστάσεων είναι πολιτικοί, αφού έχουν επενδυθεί τεράστια κεφάλαια στις συμβατικές μορφές και επιπλέον μέσω της ενεργειακής εξάρτησης από το πετρέλαιο, εξυπηρετούνται τα συμφέροντα των "ισχυρών" του πλανήτη.

Η ενημέρωση και τα κίνητρα που δίνονται είναι ανεπαρκή. Είναι καιρός να ενισχυθεί η έρευνα και να χρηματοδοτηθεί γενναία ο τομέας για την αξιοποίηση των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Το περιβάλλον εκπέμπει S.O.S.



ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

14. Πόσα άτομα απασχολεί σήμερα η εταιρεία σας ως μόνιμο προσωπικό και πόσα ανήκουν είτε στον διοικητικό είτε στον εργατοτεχνικό είτε σε οποιονδήποτε άλλο κλάδο;

-----Εργάζονται στο σύνολο 110, 80 εργάτες και τριάντα άλλο προσωπικό-----

15. Κάτω από ποιες συνθήκες εργασίας απασχολείται το προσωπικό σας; Τηρούνται οι κανόνες ασφάλειας εργασίας και υγιεινής;

-----Τηρούνται πλήρως-----

16. Χρησιμοποιείτε ιδιωτική φύλαξη (security) για την ασφάλεια των χώρων εργασίας;

-----Ναι. Υπάρχει ιδιωτική φύλαξη στο εργοστάσιο και στους χώρους εργασίας-----

17. Κατά πόσο οι ανάγκες της εταιρείας σας καλύπτονται μέσα από τον υπάρχοντα τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό;

-----Συνεχής ανανέωση μηχανικού και τεχνολογικού εξοπλισμού για διασφάλιση της ποιότητας και μεγαλύτερη παραγωγικότητα-----

18. Υπάρχουν οδοί διαφυγής και έξοδοι κινδύνου;

-----Ναι. Υπάρχει ειδική νομοθεσία περί ασφάλειας εργασίας που
διέπουν τη λειτουργία των βιομηχανιών-----

19. Υπάρχει στην εταιρεία σας μέριμνα για παροχή πρώτων βοηθειών
σε περίπτωση είτε εργατικού ατυχήματος είτε οποιαδήποτε άλλης
ανάγκης;

-----Ναι υπάρχει ιατρός εργασίας και ειδικός χώρος ιατρείου και
φαρμακείο πλήρως εξοπλισμένο για έκτακτες ανάγκες κάλυψης
ατυχημάτων -----

20. Ποια μέτρα έχουν ληφθεί για την ασφαλή χειρωνακτική διακίνηση
των φορτίων;

-----Πλήρης αυτοματοποίηση των μηχανών, συντήρηση των
μηχανημάτων και του μηχανολογικού εξοπλισμού της εταιρείας-----

21. Σε ποιον ασφαλιστικό κλάδο υπάγονται οι εργαζόμενοι που
απασχολούνται στην επιχείρησή σας;

-----Οι εργαζόμενοι είναι ασφαλισμένοι του Ι.Κ.Α.-----

22. Γίνεται εκπαίδευση του προσωπικού για νέες τεχνολογίες;

-----Συνεχώς εκπαιδεύονται με προγράμματα τα οποία
μάλιστα επιδοτούνται από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση-----

23. Υπάρχει Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ;

-----Ναι διαθέτουμε τέτοιο τμήμα για την προώθηση των
προϊόντων μας στην Ελλάδα και το εξωτερικό-----

24. Δίνεται bonus εργασίας στους εργαζόμενους;

-----Ναι, δίνονται bonus βάση παραγωγικότητας και
διαγωγής-----

25. Το προσωπικό εργάζεται συνεχές ωράριο. Υπάρχουν βάρδιες προσωπικού;

-----Υπάρχουν τρεις (3) βάρδιες (κατά εποχές) από Οκτώβριο έως
Δεκέμβριο-----

26. Ποια είναι η οργανωτική δομή της εταιρείας;

-----Παρέχεται το οργανόγραμμα από την εταιρεία.

1.3. ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.



1.3.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Τον Οκτώβριο του 2004 το «Πλαίσιο» γιορτάζει τα 35 του χρόνια.

35 χρόνια συνεχούς προσπάθειας, 35 χρόνια συνεχούς ανάπτυξης.

Από το 1969 με 12 τετραγωνικά μέτρα, με έναν άνθρωπο και με 80.000 δραχμές δανεικά, στο 2004 με 23.000 τετραγωνικά μέτρα, με 700 ανθρώπους, με Β.Υ. 34,5 εκατομμύρια € και με 9.000 μετόχους.

35 χρόνια συνεχούς εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας, που με την προτίμησή τους μας ανέδειξαν σε μια από τις δυναμικότερες ελληνικές επιχειρήσεις, Market Leader με μεγάλη απόσταση από το δεύτερο και στις άμεσες πωλήσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών και γενικά στα είδη γραφείου.

Μέσα σε αυτά τα 35 χρόνια περιλαμβάνονται και 5 χρόνια ανάπτυξης μέσα στο ελληνικό Χρηματιστήριο, 5 χρόνια ή 18 συνεχόμενα τρίμηνα δυναμικών επιδόσεων που και με μόνο οργανική ανάπτυξη, μπορούσαν να εκπλήξουν θετικά κάθε φορά τους 9.000 μετόχους μας και το επενδυτικό κοινό γενικότερα.

Ακολούθησε μια σειρά τιμητικών διακρίσεων διεθνών και ελληνικών. Εντασσόμαστε για 4^η συνεχή χρονιά μέσα στις 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρίες της Ευρώπης (EUROPE'S 500 GROWTH PLUS) και ταυτόχρονα μας απονέμεται το Α' βραβείο καλύτερης μετοχικής απόδοσης ανάμεσα στις ίδιες εταιρίες (BOSTON CONSULTING GROUP), ενώ το επενδυτικό κοινό μας έδωσε

το Α' βραβείο υψηλών ρυθμών ανάπτυξης και το Α' βραβείο καλύτερης εταιρείας του FTSE 80) (Χρήμα 2003).

Για το αύριο ξεκινάμε ως συνήθως πολύ αισιόδοξα και για την ανάπτυξή μας μέσα στην Ελλάδα, αλλά και για ένα καινούργιο κεφάλαιο που ανοίγουμε για την επέκτασή μας εκτός Ελλάδος. Το πρώτο μας βήμα είναι η Βουλγαρία, όπου καλούμαστε να αποδείξουμε ότι το «Πλαίσιο» μπορεί να πετύχει και στο διεθνή χώρο.

1.3.2. ΕΠΩΝΥΜΙΑ-ΔΙΟΙΚΗΣΗ-ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε. Η/Υ και ΕΙΔΩΝ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟΥ» με το διακριτικό τίτλο «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.», ιδρύθηκε το 1988 από το σημερινό της πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο Κ. Γεράρδο Γεώργιο, με αριθμό μητρώου ανωνύμων εταιρειών 16601/06/Β/13 και έδρα το Δήμο Μεταμόρφωσης. Η διάρκεια των εταιρειών σύμφωνα με το καταστατικό ίδρυσης της εταιρείας έχει οριστεί στα 50 έτη, δηλαδή μέχρι την 5/1/2038.

ΜΕΤΟΧΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΤΟΧΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Γεώργιος Γεράρδος	15.835.140	71,72%
Λοιποί Μέτοχοι με ποσοστό <5%	6.244.860	28,28%
ΣΥΝΟΛΟ	22.080.000	100,00%0

Το παρόν Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας που εξελέγη σύμφωνα με την απόφαση της Τακτικής Συνέλευσης των μετόχων της 14/6/2000. Είναι 6μελές, έχει 5ετή θητεία η οποία λήγει των 30/6/2005. Επίσης με απόφαση της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της 23/5/2002, εγκρίθηκαν οι ιδιότητες των μελών σε εκτελεστικά και ανεξάρτητα μη εκτελεστικά. Με συνεδρίασή του Δ.Σ. την 15/10/2002 εξέλεξε τον κύριο Τσίρο Νικόλαο, ως μέλος σε αντικατάσταση του παραιτηθέντος κυρίου Μρίνια Νικολάου. Η απόφαση αυτή τίθεται προς έγκριση στην Τακτική Γενική Συνέλευση των μετόχων της 8ης Μαΐου 2003. Η σύνθεση του Δ.Σ. έχει ως εξής:

Γεράρδος Κων. Γεώργιος Πρόεδρος του Διοικ. Συμβουλίου & Δ/νων Σύμβουλος
Γεράρδου Γεωργ. Άννα Αντιπρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου

Γεράρδος Γεωρ. Κων/νος	Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου
Λιάσκας Χαρ. Γεώργιος	Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου
Αναστασοπούλου Αντιόπη	Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου
Τσίρος Κων. Νικόλαος	Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου

Το Διοικητικό Συμβούλιο έχει αναθέσει την ενάσκηση όλων των εξουσιών και των δικαιωμάτων του στον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του Διοικητικού Συμβουλίου κ. Γεράρδο Γεώργιο ή στην Αντιπρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου κ. Γεράρδου Άννα.

Η διεύθυνση των εργασιών της εταιρείας εκτελείται από έμπειρα Διευθυντικά στελέχη τα κυριότερα των οποίων είναι τα ακόλουθα:

- Γεράρδος Κων. Γεώργιος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος.
- Λιάσκας Χαρ. Γεώργιος, Διευθυντής Ανάπτυξης Καταστημάτων.
- Θεοφανοπούλου Κων. Χρυσούλα, Αναπλ. Γενική Διευθύντρια.
- Κράνος Βασ. Γρηγόρης, Διευθυντής Marketing Hardware & Software.
- Καραγκούνης Αναστ. Φίλιππος, Οικονομικός Διευθυντής.
- Βέργος Γεωρ. Δημήτριος, Διευθυντής Marketing, Αναλώσιμων, Ειδών Γραφείου & Ειδικών Ειδών.
- Κυβεντίδης Γεωρ. Μωσής, Διευθυντής Marketing Κινητής Τηλεφωνίας.
- Τσίρος Νικόλαος, Διευθυντής Logistics.
- Κόντος Νικόλαος, Υπεύθυνος Οικονομικής Ανάλυσης.
- Ζαρκαλής Σωτ. Ευάγγελος, Υπεύθυνος Τμήματος Marketing, Δημοσίων Σχέσεων & Εταιρικών Ανακοινώσεων.
- Τσιότσια Παρασκευή, Υπεύθυνη Τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού.
- Ανδριόπουλος Μιχάλης, Διευθυντής Πωλήσεων.

1.3.3. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το 1969 άρχισε η δραστηριότητα της εταιρείας ως ατομική εμπορική επιχείρηση πώλησης ειδών σχεδίου και χαρτοπωλείου και το 1976 επεκτάθηκε και στον εξοπλισμό τεχνικών γραφείων. Το 1979 η ατομική επιχείρηση μετατράπηκε σε ανώνυμη εταιρία με την επωνυμία «ΠΛΑΙΣΙΟ Α.Ε.» και το 1986 εισήλθε δυναμικά στο χώρο της πληροφορικής. Το 1988 δημιουργήθηκε η εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΒΙΒΛΙΟΧΑΡΤΟΠΩΛΕΙΟΥ» στην οποία η «ΠΛΑΙΣΙΟ Α.Ε.» πούλησε το σύνολο των παγίων της και των αποθεματικών της. Έπειτα από 4 χρόνια, δημιουργήθηκε το κατάστημα στο Ψυχικό και το 1995 μετέφερε την έδρα της από την Αθήνα στη Μεταμόρφωση Αττικής, για να ιδρύσει

σύγχρονο κέντρο διανομής.

Το 1996 η εταιρεία εφάρμοσε νέο σύστημα πωλήσεων μέσω τηλεφώνου, fax και καταλόγων. Το 1997 η Εταιρεία δημιούργησε ξεχωριστό κατάστημα πώλησης ειδών σχεδίου, ζωγραφικής και γραφικών τεχνών στην οδό Στουρνάρη 19, και το 1998 δημιούργησε δύο νέα καταστήματα στη Γλυφάδα και Θεσσαλονίκη. Το 1999 η Εταιρεία εισήλθε στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών στον κλάδο, της βιομηχανικής εμπορίας, όπου συνεχίζει μέχρι και σήμερα την διαπραγμάτευση των μετοχών της, ενώ ταυτόχρονα ανοίγει το κατάστημα στην Πάτρα και συνδέεται με το διαδίκτυο.

Το 2000 θεωρείται ορόσημο για την Εταιρεία, διότι ανοίγει το 10^ο κατάστημά της, αυτό στο Ηράκλειο, για την κάλυψη της αγοράς της Κρήτης. Επίσης, αλλάζει και η επωνυμία της εταιρείας από «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.E.» σε «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.». Παράλληλα, το 2001 επεκτείνεται η εταιρεία ανοίγοντας 2 νέα καταστήματα στην Αθήνα, το ένα στον Σταυρό Αγ. Παρασκευής και το άλλο στο Εμπορικό Κέντρο της Καλλιθέας. Αντίστοιχα, ανοίγει και ένα νέο στη Θεσσαλονίκη επί της Εθνικής Αντιστάσεως 131, στην περιοχή της Καλαμαριάς.

Επίσης το 2002 δημιουργείται από την εταιρεία ένα νέο κέντρο τεχνικής υποστήριξης στη Γλυφάδα και ένας υπερχώρος συνολικής επιφάνειας 2.500 τ.μ. επί της οδού Φαβιέρου 5. Ένα έργο πραγματικά συναρπαστικό και τελειώνοντας το 2003 δημιουργείται ένας νέος υπερχώρος στον Πειραιά, ο οποίος θα καλύψει πλήρως τις ανάγκες καταναλωτών.

1.3.4. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η εταιρεία έχει μεταβληθεί κατά τη διάρκεια της τελευταίας τριετίας. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την από 10/09/1999 απόφαση της Έκτακτης Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της (της εταιρείας) έχει διευρυνθεί ο σκοπός της. Σύμφωνα με την παραπάνω απόφαση ο σκοπός της εταιρείας είναι ο εξής:

1. Η εμπορία και η βιομηχανική παραγωγή ηλεκτρονικών υπολογιστών, περιφερειακών στοιχείων, ετοιμών προγραμμάτων και εξαρτημάτων αυτών. Επίσης, διενεργεί για κάθε πράξη συναφή προς τις παραπάνω δραστηριότητες.
2. Η εμπορία είτε χονδρικός είτε λιανικός, καθώς και η βιομηχανική παραγωγή, ειδών χαρτοπωλείου και βιβλιοπωλείου, ειδών γραφικής και χαρτικής ύλης, ειδών οργάνων σχεδίασης, μέτρησης και ζωγραφικής, βιβλίων μηχανών και

ειδών εξοπλισμού γραφείου και συναφών ειδών.

3. Η εισαγωγή και η διάθεση στην Ελλάδα, καθώς και η εξαγωγή στο εξωτερικό, είτε χονδρικός είτε λιανικός των ανωτέρω ειδών.

1.3.5. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

- **Συναρμολόγηση και Πωλήσεις Η/Υ "TURBO - X"**

Η εταιρεία προμηθεύεται απ' όλο τον κόσμο εξαρτήματα και μέρη ηλεκτρονικών υπολογιστών (C.P.U., μνήμες, σκληρούς δίσκους, motherboards, κάρτες ήχου κ.τ.λ.) και συναρμολογεί στις εγκαταστάσεις της τον ηλεκτρονικό υπολογιστή "Turbo - X", του οποίου το σήμα έχει καταχωρήσει δημιουργώντας ένα ισχυρό Brand Name.

Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής "Turbo - X" είναι για πολλά χρόνια τώρα ο πρώτος σε απευθείας πωλήσεις στον ελληνικό χώρο. Το 2002 συναρμολογήθηκαν συνολικά 28.000 διαφορετικοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές "Turbo - X". Ορισμένοι από τους λόγους που έχουν κάνει τον "Turbo - X" γνωστό στην ελληνική αγορά, είναι η δυνατότητα που έχει ο τελικός καταναλωτής να επιλέγει τα τεχνικά του χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τις ανάγκες του σε προδιαγραφές και τιμές, η ανταγωνιστική του τιμή, η αμεσότητα της παράδοσης, καθώς και το δωρεάν service αλλά και το up - grate σύμφωνα με τις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες του πελάτη.

Εκτός από τον "Turbo - X" ο οποίος ανήκει στην κατηγορία των επιτραπέζιων υπολογιστών (desktop), η εταιρεία διαθέτει και μια πλήρη σειρά από φορητούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές (notebooks) εταιρειών όπως οι: Compaq, Hewlett Packard, Toshiba, Fujitsu - Simens και Acer.

Παράλληλα με τη συναρμολόγηση και τη διάθεση ηλεκτρονικών υπολογιστών, η εταιρεία διαθέτει στην αγορά και μια πλήρη σειρά από εξαρτήματα και περιφερειακές συσκευές όπως οθόνες Η/Υ, εκτυπωτές, scanners, faxmodems, CD-ROM, DVD-ROM, CD-RW, ποντίκια κ.ά. των σημαντικότερων και των πιο καταξιωμένων προμηθευτών. Οι Η/Υ "Turbo - X" συνοδεύονται κατόπιν επιθυμίας του πελάτη από αυθεντικά λειτουργικά συστήματα Microsoft.

Μια ανερχόμενη προϊοντική κατηγορία είναι αυτή των προγραμμάτων (Software) όπου κυριαρχούν τα λειτουργικά συστήματα [Windows XP & 2000] και οι εφαρμογές γραφείου της Microsoft (Word, Excel, PowerPoint, Office, καθώς και

προγράμματα προστασίας από ιούς (Anti-virus).

- **Τηλεπικοινωνίες**

⇒ Η εταιρεία στον τομέα της κινητής τηλεφωνίας εισήλθε δυναμικά το 1999, συνεργαζόμενη με την COSMOTE. Τα αποτελέσματα μετά από 4 χρόνια στην αγορά αυτή ήταν εντυπωσιακά. Σήμερα διαθέτει βάση 83.000 συνδρομητών (έχοντας αποσπάσει το 4% των νέων συνδρομητών της COSMOTE) και 14 κομβικά σημεία πώλησης. Η επιτυχημένη πορεία της Εταιρείας στην νέα της αυτή δραστηριότητα είχε σαν αποτέλεσμα να αναγνωρισθεί η εταιρεία ως κύριος αντιπρόσωπος της COSMOTE.

⇒ Στον τομέα της σταθερής τηλεφωνίας, η εταιρεία προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις τόσο για απλές ψηφιακές γραμμές όσο και γραμμές ISDN. Στον τομέα του ISDN η εταιρεία, βασισμένη στην τεχνογνωσία της πληροφορικής και στην δύναμη της στην τηλεφωνία, μπορεί να παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις. Σκοπός της εταιρείας είναι να παίζει ένα πρωτεύοντα ρόλο στην νέα εποχή, προσφέροντας ολοκληρωμένα πακέτα λύσεων και συνδυάζοντας τόσο την παροχή εξοπλισμού όσο και την παροχή υπηρεσιών μέσω εναλλακτικών δικτύων αλλά και μέσω της παροχής συνδέσεων ISDN του Ο.Τ.Ε.

Βασικός στόχος της εταιρείας είναι η παροχή ολοκληρωμένης τεχνικής υποστήριξης σε όλους τους πελάτες της μετά την αγορά του μηχανογραφικού εξοπλισμού, προσφέροντας μια σειρά πολλαπλών υπηρεσιών που καλύπτουν κάθε ανάγκη του σύγχρονου καταναλωτή.

- **Είδη γραφείου και ειδικά είδη**

Η εταιρεία δραστηριοποιείται από την ίδρυσή της, εδώ και 34 χρόνια, στον χώρο ειδών γραφείου και ειδικών ειδών.

- ο **Είδη Γραφείου**

Η εταιρεία λειτουργεί σαν One Stop Shop, όπου ο καταναλωτής μπορεί να καλύψει πλήρως όλες τις ανάγκες του γραφείου του, από τα βασικά είδη χαρτοπωλείου καθημερινής χρήσης, μέχρι μηχανές γραφείου και δώρα με ξεχωριστό design. Η εταιρεία μας διαθέτει μια ξεχωριστή γκάμα προϊόντων γραφείου σε:

- ◇ Είδη οργάνωσης γραφείου.
- ◇ Είδη αρχειοθέτησης.

- ◊ Αναλώσιμα γραφείου.
- ◊ Είδη γραφής.
- ◊ Αναλώσιμα Η/Υ.
- ◊ Μηχανές γραφείου.
- ◊ Έπιπλα και accessories.
- ◊ Δώρα

ο **Ειδικά είδη**

Η διάθεση των ειδικών προϊόντων σχεδίου, ζωγραφικής, γραφικών τεχνών και hobby, αποτελεί το παλαιότερο αντικείμενο δραστηριότητας της εταιρείας μας. Απευθύνεται σε συγκεκριμένες κατηγορίες επαγγελματιών και καλλιτεχνών, όπως αρχιτέκτονες, πολιτικοί μηχανικοί, διακοσμητές, ζωγράφοι, γραφίστες αλλά και σε όλους όσους ζωγραφίζουν ή έχουν κάποιο καλλιτεχνικό hobby στον ελεύθερο χρόνο τους.

1.3.6. ΚΛΑΔΟΣ

Η εταιρεία ανήκει στον ευρύτερο κλάδο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Δραστηριοποιείται κυρίως στην συναρμολόγηση και εμπορία προϊόντων πληροφορικής, την εμπορία προϊόντων κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, καθώς και την εμπορία ειδών γραφείου και ειδικών προϊόντων.

1.3.7. ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Δεν υπάρχουν θυγατρικές εταιρείες.

1.3.8. ΕΙΚΟΝΑ (PROFILE) ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

ΕΞΕΛΙΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ

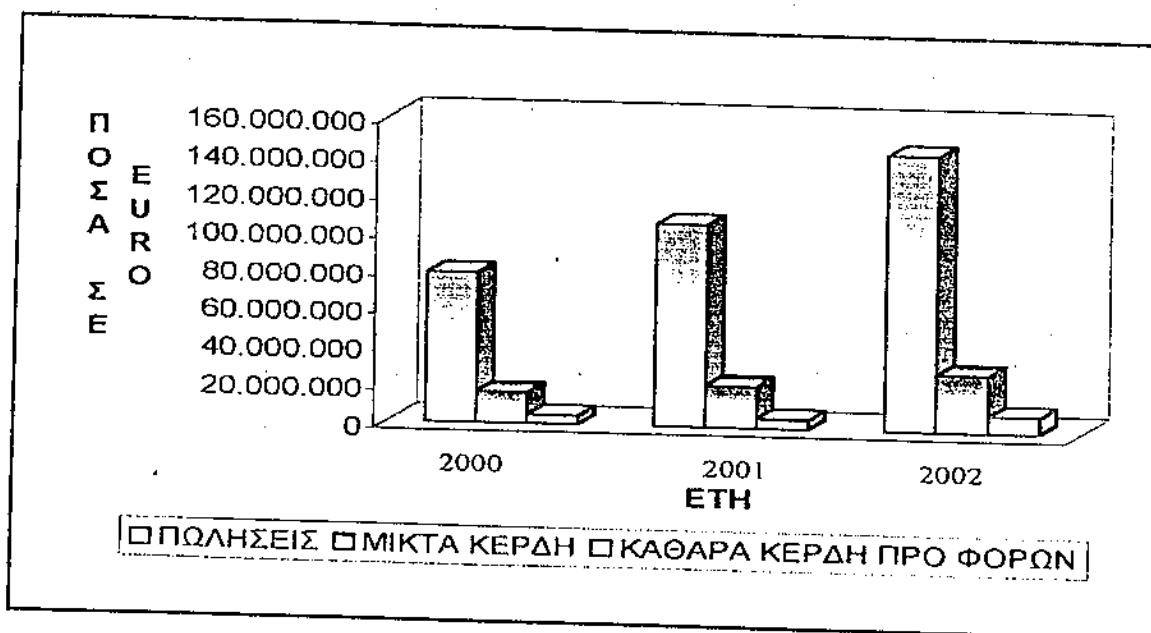
Η εταιρεία κατά τα 3 τελευταία έτη (2000 - 2002) εξετάζοντας κάποια βασικά οικονομικά μεγέθη, όπως αυτό των πωλήσεων, του μικτού - καθαρού κέρδους και του κεφαλαίου της, τα οποία παρατίθενται στον Πίνακα που ακολουθεί, είχε ανοδική πορεία. Συνέπεια της εξέλιξης των παρακάτω οικονομικών μεγεθών ήταν και η αύξηση του αριθμού των καταστημάτων της εταιρείας, είτε αυτά ήταν ιδίας χρήσης, είτε επομένων χρήσεων και φυσικά η αύξηση του αριθμού του προσωπικού που ασχολείται συνολικά σε όλα τα καταστήματα.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΠΛΑΙΣΙΟΥ
 (Ποσά σε Euro)

ΕΤΗ	2000	2001	2002
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	79.131.548	107.008.393	145.537.319
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	62.831.208	84.817.590	115.138.513
ΜΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ	16.300.340	22.190.803	30.398.806
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ (ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ)	4.446.313	5.032.291	9.047.880
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	24.450.651	25.585.690	28.366.463

ΕΤΗ	2000	2001	2002
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	79.131.548	107.008.393	145.537.319
ΜΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ	16.300.340	22.190.803	30.398.806
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ (ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ)	4.446.313	5.032.291	9.047.880

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΠΛΑΙΣΙΟΥ



1.3.9. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η επιχείρησή μας δημιουργήθηκε πριν 35 χρόνια και μέχρι σήμερα επιβιώνει και αναπτύσσεται μέσα σ' ένα περιβάλλον με το οποίο βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη και ανταγωνισμό με άλλες επιχειρήσεις. Οι που έχει ανάγκη η επιχείρηση για την επιβίωσή της προέρχονται από το περιβάλλον της. Ταυτόχρονα για την απόκτηση πόρων είναι αναγκασμένη να προσφέρει στο περιβάλλον εκροές που αποτελούν επίσης χρήσιμους πόρους γι' αυτό. Η αποτελεσματικότητα συνεπώς της επιχείρησης εξαρτάται από τις σχέσεις που αναπτύσσει με το περιβάλλον της το οποίο αποτελείται από δύο κατηγορίες από τις οποίες η πρώτη, που είναι το γενικό περιβάλλον, αποτελείται από επτά βασικούς τομείς και η δεύτερη, που είναι το ειδικό, αποτελείται από επτά βασικά στοιχεία.

ΓΕΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το γενικό περιβάλλον της επιχείρησής μας περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία που βρίσκονται εκτός αυτής και την επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα. Μια κλασική τυπολογία των βασικών τομέων του γενικού περιβάλλοντος είναι:

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ

Εδώ εξετάζονται οι δομές της οικονομίας, οι ρυθμοί ανάπτυξης, ο πληθωρισμός, η κεφαλαιαγορά, το επίπεδο μισθών και εισοδημάτων, η ανεργία και η απασχόληση, το ισοζύγιο πληρωμών καθώς και το φορολογικό σύστημα απ' όπου η εταιρεία ενημερώνεται για τους οικονομικούς της πόρους και με βάση αυτούς λαμβάνει αποφάσεις για την εξέλιξή της.

ΝΟΜΙΚΟ

Εδώ περιλαμβάνονται οι νόμοι που διέπουν τη λειτουργία της επιχείρησης των συναλλαγών, του κράτους, της κοινωνίας στο σύνολό της καθώς και των μετόχων της. Συγκεκριμένα η επιχείρησή μας απασχολεί πέντε δικηγόρους οι οποίοι αναλαμβάνουν να επιλύσουν τα πιθανά προβλήματα που παρουσιάζονται στο τμήμα στο οποίο είναι και υπεύθυνοι.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ

Εδώ περιλαμβάνονται τα ερευνητικά κέντρα, οι πηγές προμήθειας τεχνολογίας, οι μηχανισμοί μεταφοράς τεχνολογίας, το σύστημα εκπαίδευσης, το σύστημα αναβάθμισης και το σύστημα επιδιόρθωσης βλαβών.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ

Ο συγκεκριμένος τομέας περιλαμβάνει την κοινωνική δομή, το σύστημα κοινωνικής οργάνωσης, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και οι αλληλεπιδράσεις στην αγορά.

ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ

Εδώ αναφερόμαστε στο σύστημα αξιών και τα πιστεύω καθώς και στην κουλτούρα της κοινωνίας καθώς επίσης και στα λαογραφικά και εθνολογικά χαρακτηριστικά και στο πως αυτά επηρεάζουν τη λειτουργία της επιχείρησης.

ΠΟΛΙΤΙΚΟ

Εδώ περιλαμβάνονται συστήματα τα οποία έχουν σχέση με τους θεσμούς και τη λειτουργία της πολιτικής ζωής μιας χώρας καθώς και τη φυσιογνωμία και τη λειτουργία του κράτους και στο πόσο οι διάφορες κοινωνικοπολιτικές αλλαγές επηρεάζουν την επιχείρησή μας αλλά και πόσο η επιχείρηση βοηθά την πολιτική ζωή και εξέλιξη της χώρας.

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ

Αφορά το φυσικό περιβάλλον και τα οικολογικά χαρακτηριστικά και προβλήματα που υπάρχουν καθώς και τη δυνατότητα επίλυσής τους μέσα από διάφορες μεθόδους της επιχείρησης όπως οι μέθοδοι ανακύκλωσης και τα οικολογικά προϊόντα που υπάρχουν σ' αυτή.

ΕΙΔΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το ειδικό περιβάλλον περιλαμβάνει εκείνα τα στοιχεία του περιβάλλοντος με τα οποία η επιχείρηση αναπτύσσει συναλλαγές ή δέχεται και ασκεί άμεσες αλληλεπιδράσεις. Τα στοιχεία αυτά είναι σπουδαία για την επιχείρηση και αποτελούν τους κινητήριους μοχλούς της τόσο για την εξέλιξή της όσο και για την ανάπτυξή της. Θα λέγαμε ότι τα στοιχεία αυτά είναι το «οξυγόνο» της επιχείρησης για την μετέπειτα πορεία της. Τα βασικά στοιχεία είναι:

- Οι ανταγωνιστές της επιχείρησης στην αγορά προϊόντων και προμηθειών.
- Οι προμηθευτές υλικών ή υπηρεσιών
- Οι πελάτες και οι καταναλωτές
- Οι τράπεζες και άλλοι πιστωτικοί φορείς
- Τα συνδικάτα των εργαζομένων
- Οι συνεργαζόμενες άλλες επιχειρήσεις ή φορείς

- Οι κρατικοί οργανισμοί με τους οποίους η επιχείρηση έχει άμεσες συναλλαγές.

1.3.10. ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ

Η λέξη αγορά ανάλογα με την συγκεκριμένη περίπτωση στην οποία χρησιμοποιείται έχει διαφορετικές έννοιες. Για την εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.» συγκεκριμένα η αγορά είναι ένα σύνολο αγοραστών με ανικανοποίητες ανάγκες που έχουν τόσο τη δυνατότητα όσο και την αποφασιστικότητα να τις ικανοποιήσουν. Με βάση αυτή την ερμηνεία η επιχείρηση πληροί κάποιες προϋποθέσεις μέσα από τις οποίες οι καταναλωτές μπορούν να εξυπηρετούνται γρήγορα. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό τον ορισμό στην αγορά υπάρχουν ανάγκες, σε ευρεία έννοια πάντοτε για να συμπεριλαμβάνονται και οι επιθυμίες, τις οποίες οι αγοραστές μπορούν να τις ικανοποιήσουν μέσα από την επιχείρηση η οποία είναι άρτια και επαρκώς εξοπλισμένη ώστε να ικανοποιεί ταχύτατα και άμεσα και τους πιο απαιτητικούς πελάτες. Η επιλογή της αγοράς στόχου για την εταιρεία αποτελεί συνδυασμό των χαρακτηριστικών του κάθε τμήματος ή των ευκαιριών για κέρδος που το καθένα παρουσιάζει καθώς και την ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί μέσα σε κάθε τμήμα σε συνδυασμό πάντοτε με τα γενικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης.

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ

ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

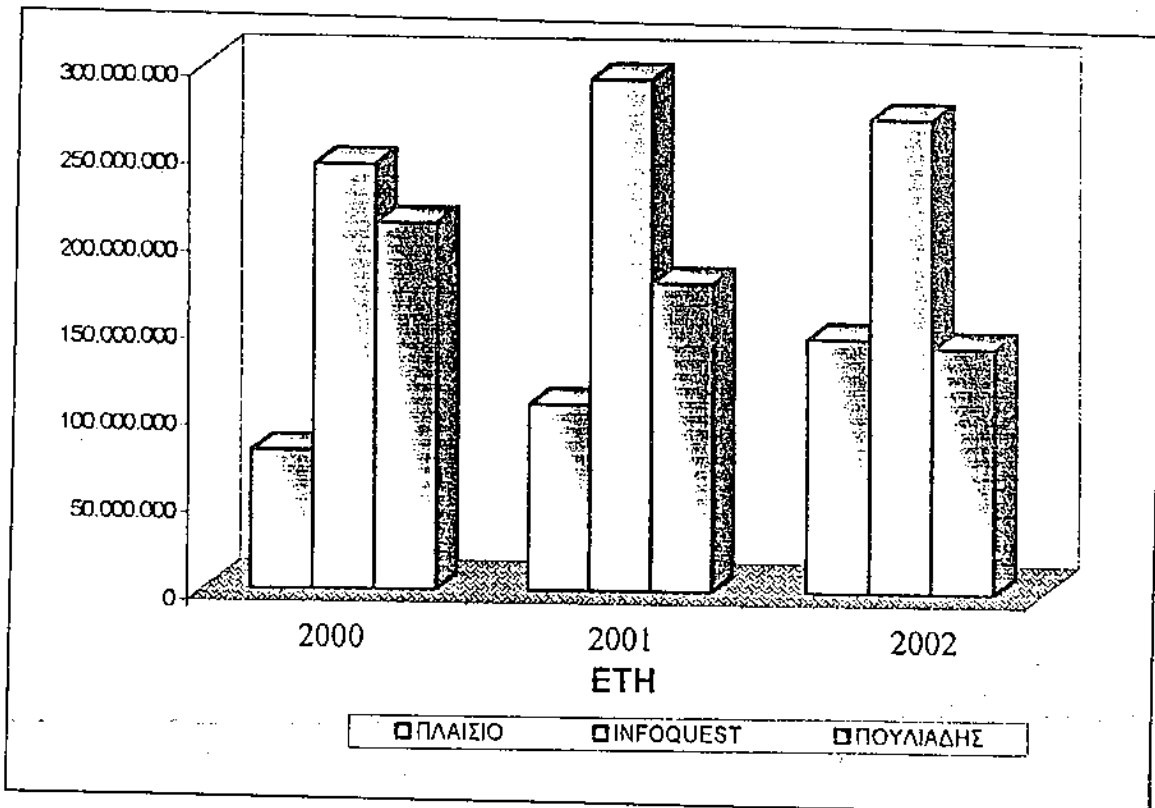
ΕΤΟΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ		
	ΠΛΑΙΣΙΟ	INFO QUEST	ΠΟΥΛΙΑΔΗΣ
2000	79.131.548	243.820.135	210.098.905
2001	107.008.394	293.747.338	177.233.880
2002	145.537.320	271.896.213	140.917.047

Παρατηρώντας τον κύκλο εργασιών της εταιρείας, ο ρυθμός αύξησης των πωλήσεων είναι εντυπωσιακός χρόνο με το χρόνο. Μέσα σε μια διετία κατάφερε να διεισδύσει ακόμα περισσότερο στην αγορά αυξάνοντας τις πωλήσεις της από το

2000 έως το 2002 περίπου στο διπλάσιο. Ανταγωνίζεται ισχυρές εταιρείες του κλάδου όπως η εταιρεία «ΠΟΥΛΙΑΔΗΣ» και διεκδικεί περισσότερο μερίδιο στην αγορά από ηγετικές εταιρείες του κλάδου, όπως η Info Quest.

Η αύξηση της γκάμας των προϊόντων της, επενδύσεις όπως δημιουργία περισσότερων κομβικών καταστημάτων που καλύπτουν όλο και πιο απαιτητικές ανάγκες των καταναλωτών δημιουργεί πολλές προοπτικές για το μέλλον, όπως να καταλάβει θέση ηγετικής εταιρείας στο κλάδο. Είναι αξιοσημείωτο ότι ο ρυθμός αύξησης των πωλήσεων δε συρρίκνωσε τα κέρδη της εταιρείας, όπως συνέβη με άλλες ανταγωνιστικές εταιρείες, όπως Info Quest αλλά αντίθετα αυξήθηκαν και αυτά στο διπλάσιο τη τελευταία διετία. Αυτό σημαίνει ότι έχει δημιουργήσει τις βάσεις μιας υγιούς επιχείρησης με άριστη ποιότητα προϊόντων και κερδίζει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ



ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η εταιρεία κατακτά χρόνο με το χρόνο όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά του κλάδου – εμπορίου (Η/Υ - Μηχανές Γραφείου). Η εταιρεία δεν είναι μια απλή αλυσίδα καταστημάτων αλλά ένα πολυκαναλικό και πολυπροϊοντικό

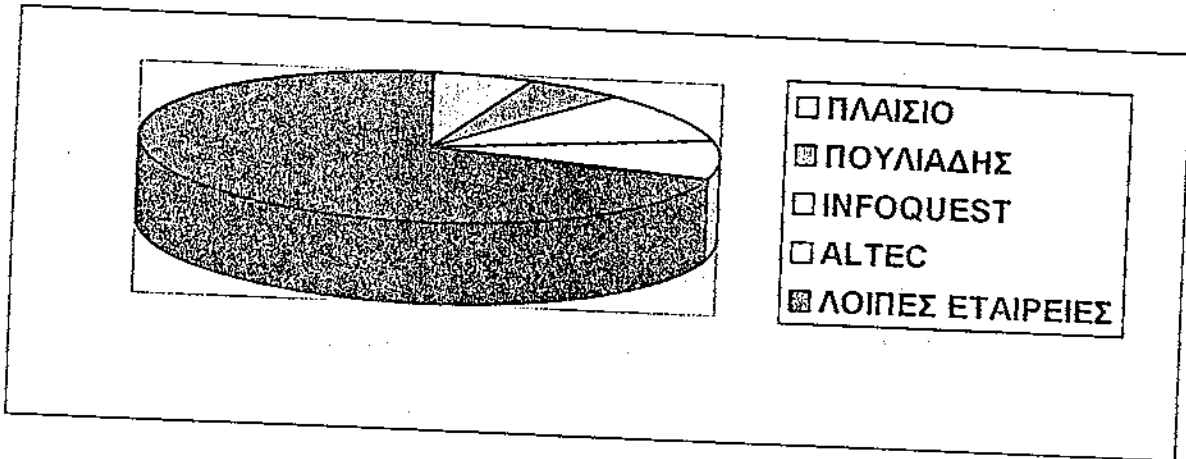
συγκρότημα, όπου καλύπτει συνολικά τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή. Οι κυριότερες διαφοροποιήσεις της εταιρείας από τον ανταγωνισμό είναι οι παρακάτω:

1. Στηρίζεται σε ένα πολυκαναλικό σύστημα διανομής (καταστήματα, internet, κατάλογοι, business 2 business, τεχνικής υποστήριξης, τηλεφωνικής υποστήριξης), ενώ ανταγωνισμός με μονοκαναλικό σύστημα.
2. Διαθέτει τρεις βασικές προϊόντικές κατηγορίες (πληροφορικής, επικοινωνίες και τηλεφωνία, είδη και εξοπλισμό γραφείου).
3. Διαθέτει ελεγχόμενο αριθμό μεγάλων καταστημάτων σε στρατηγικά σημεία της Ελλάδας, σε σχέση με τον ανταγωνισμό που διαθέτει πληθώρα καταστημάτων πολλές φορές συγκεντρωμένων στην ίδια περιοχή.
4. Συναρμολογεί από το 1986 τους υπολογιστές Turbo-X με την μέθοδο B.T.O. στα μέτρα του κάθε πελάτη ξεχωριστά.
5. Διαθέτει εξειδικευμένο τμήμα τεχνικής υποστήριξης και αναβαθμίσεως μέσα σε κάθε κατάστημα που υποστηρίζει πλήρως τον καταναλωτή και μετά την πώληση.
6. Πρωτοπορεί κάνοντας πράξη τις νέες τεχνολογίες και πρωτοπορίες που παρουσιάζονται στην αγορά (π.χ. GPRS, δορυφορικό Internet).

**ΠΟΣΟΣΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
 ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ**

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΠΛΑΙΣΙΟ	ΠΟΥΛΙΑΔΗΣ	INFOQUEST	ALTEC
ΜΕΡΙΑΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΟ 2002	5,5	5,3	10,4	8,3

Η συνεχόμενη πορεία υψηλής ανάπτυξής της οφείλεται κυρίως στο πολυκαναλικό αυτό σύστημα διανομής. Το επιχειρηματικό μοντέλο της εταιρείας την έχει καταξιώσει σε Market – Leader στις άμεσες πωλήσεις Η/Υ και γενικά στα είδη γραφείου, ενώ συνέβαλλε αποφασιστικά στην κατάταξη το 2002 (για τρίτη συνεχόμενη χρονιά) στις 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες στην Ευρώπη.



Ταυτόχρονα οι άνθρωποι της εταιρείας, λειτουργούν ως μια άριστα δεμένη ομάδα που συνεχώς εκπαιδεύεται και εξελίσσεται, γεγονός που αποφέρει συρρίκνωση των λειτουργικών εξόδων με παράλληλη αύξηση της παραγωγικότητας. Το αποτέλεσμα είναι η ανάπτυξη της εταιρείας, να χαρακτηρίζεται από αντάρκεια βασισμένη σε υγιή, θεμελιώδη μεγέθη και η υψηλή ανάπτυξή της να συνδυάζεται με μηδενικό δανεισμό.

1.3.11. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ

Η έννοια της οργανωσιακής και συγκεκριμένα της εταιρικής κουλτούρας πρόκειται για μια διάσταση των οργανώσεων και ιδιαίτερα των επιχειρήσεων, η οποία στη σύγχρονη εποχή θεωρείται ιδιαίτερα κρίσιμη, αν όχι η πλέον κρίσιμη, για την αποτελεσματικότητα, την ανταγωνιστικότητα και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Σύμφωνα με τον E. Schein η κουλτούρα είναι ένα δομημένο σύνολο από βασικές παραδοχές που έχουν ανακαλυφθεί – εφευρεθεί ή αναπτυχθεί από μια δεδομένη ομάδα καθώς αυτή μαθαίνει να αντιμετωπίζει προβλήματα εξωτερικής εφαρμογής ή εσωτερικής ολοκλήρωσης – οι οποίες έχουν αποδώσει ικανοποιητικά στο παρελθόν ώστε να θεωρούνται ότι ισχύουν γενικά και επομένως μπορούν να διδαχθούν σε νέα μέλη ως ο σωστός τρόπος αντίληψης, σκέψης, αίσθησης σχετικά με τα προβλήματα αυτά.

Ο πλήρης αυτός ορισμός στην εταιρεία ερμηνεύεται ως εξής: Μια ομάδα ειδικά καταρτισμένων ατόμων στελεχώνουν το κάθε τμήμα ξεχωριστά π.χ. τμήμα πωλήσεων, τμήμα marketing, τμήμα ανθρωπίνων πόρων και μελετώντας την

κουλτούρα κάθε εποχής μέσα από ένα σύνολο δομημένων παραδοχών και απόψεων ή σκέψεων καταφέρνουν να επιλύουν προβλήματα εξωτερικής προσαρμογής και εσωτερικής ολοκλήρωσης. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η σωστή εξελικτική πορεία της εταιρείας καθώς και η άνοδος του επιπέδου μόρφωσης και κατάρτισης των υπαλλήλων μέσα στην επιχείρηση.

Η εταιρεία ως μια νέα και ταχύτατα εξελισσόμενη εταιρεία στο χώρο της πληροφορικής δεν θα μπορούσε παρά να έχει μια επιτυχημένη εταιρική κουλτούρα σύμφωνα με την οποία επιτυγχάνονται και τα υψηλά κέρδη της ετησίως. Χαρακτηριστικά εταιρικής κουλτούρας θα λέγαμε πως είναι τα εξής:

- **Καινοτομία:** Έμφαση στη δημιουργικότητα και την καινοτομία.
- **Σταθερότητα:** Έμφαση στην προβλεψιμότητα και στους κανόνες.
- **Προσανατολισμός στους ανθρώπους:** Έμφαση στους ανθρώπους και τις ανθρώπινες σχέσεις.
- **Προσανατολισμός στα αποτελέσματα:** Έμφαση στην επίτευξη της αποτελεσματικότητας.
- **Άνετο περιβάλλον:** χαλαρή, ευχάριστη, ξεκούραστη ατμόσφαιρα εργασίας.
- **Προσοχή στη λεπτομέρεια:** Έμφαση στην ανάλυση και την ακρίβεια.
- **Προσανατολισμός στη συνεργασία:** Έμφαση στις ομάδες και στην αρμονική συνεργασία.

Παρατηρούμε συνεπώς ότι η εταιρική κουλτούρα έχει αποτελεσματικότητα και αυτό γιατί: Η κουλτούρα:

- λειτουργεί σαν μέσο ολοκλήρωσης, συνοχής και επικοινωνίας των μελών.
- κινητοποιεί τα μέλη της οργάνωσης προς κοινούς στόχους.
- υποβοηθά την αντιμετώπιση της πολυπλοκότητας του περιβάλλοντος.

Για να συμβαίνει αυτό όμως, έχει εφαρμόσει τις εξής προϋποθέσεις:

- Δημιουργεί επιμορφωτικά σεμινάρια για τους υπαλλήλους της απ' όπου λαμβάνουν πληροφορίες για την εργασία τους.
- Ενθαρρύνει την αφοσίωση των μελών της κάτι που συνεπάγεται με συλλογική και επιτυχημένη εργασία.
- Συνάμα, ενθαρρύνει την εξωτερική παιδεία και εισαγωγή καινών πληροφοριών οι οποίες είναι τις περισσότερες φορές χρήσιμες για την επιχείρηση.

ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

Η εταιρεία αποτελεί μια από τις 500 ταχύρυθμα αναπτυγμένες επιχειρήσεις πληροφορικής στην Ευρώπη. Ο όμιλος απασχολεί 580 άτομα και δραστηριοποιείται σε 4 καθετοποιημένους τομείς:

- 1) Παραγωγή λογισμικού
- 2) Internet/e-business
- 3) Ολοκληρωμένα έργα πληροφορικής
- 4) Παραγωγή και διανομή προϊόντων πληροφορικής

Η εταιρεία:

1. Στον τομέα της παραγωγής λογισμικού, μέσω στρατηγικών συνεργασιών και συμμετοχών του σε δυναμικές εταιρείες παρέχει εξειδικευμένες λύσεις λογισμικού σε κάθετες αγορές όπως είναι ο κλάδος της υγείας, η αγορά τουρισμού, η εκπαίδευση, η μηχανογράφηση οργανισμών του Δημοσίου Τομέα κ.ά. Η εταιρεία παρέχει λύσεις λογισμικού σε μεγάλες και μεσαίου μεγέθους εταιρείες, με μικρού μεγέθους εταιρείες και λογιστικά γραφεία καθώς και ειδικές εφαρμογές για χρηματιστηριακές εταιρείες, δήμους, ξενοδοχεία και άλλα.
2. Στον τομέα του Internet/e-business η εταιρεία μέσω ενός δυναμικού business unit που αποτελείται από καινοτόμες εταιρίες προσφέρει υπηρεσίες web design και web developing, εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) και συμβουλευτικές υπηρεσίες Internet και ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εταιρεία έχει ολοκληρώσει πολλά πρωτοποριακά και σημαντικά έργα σ' αυτό το χώρο ενώ αξιοσημείωτο είναι το πρώτο B2B electronic marketplace που δημιουργήθηκε στην Ελλάδα και από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη στην κάθετη αγορά των προμηθειών για ξενοδοχεία και εταιρείες τροφοδοσίας (catering).
3. Στον τομέα των ολοκληρωμένων έργων πληροφορικής, η εταιρεία έχοντας 20 χρόνια εμπειρία στο χώρο είναι ικανή να υλοποιήσει μεγάλα και πολύπλοκα ολοκληρωμένα έργα πληροφορικής. Η εταιρεία έχοντας αντιληφθεί τη σημαντικότητα της σωστής οργάνωσης, διαχείρισης και ελέγχου των μεγάλων έργων πληροφορικής και διαθέτοντας έμπειρους μηχανικούς και την κατάλληλη υποδομή έχει τη δυνατότητα να ολοκληρώνει τα μεγάλα έργα πληροφορικής στο συντομότερο χρονικό διάστημα και με το μικρότερο δυνατό

κόστος αλλά πάντα εξασφαλίζοντας την ποιότητα του αποτελέσματος. Περαιτέρω η εταιρεία παρέχει υποστήριξη στους πελάτες της και μετά την ολοκλήρωση ενός έργου (λειτουργική υποστήριξη, συντήρηση συστημάτων, λογισμικού και εξοπλισμού, τηλεφωνική υποστήριξη, τηλε-υποστήριξη, επιτόπια υποστήριξη κ.ά.).

4. Η εταιρεία είναι ενεργός δύναμη στην παραγωγή και διανομή προϊόντων πληροφορικής από την αρχή της ίδρυσής της. Η εταιρεία κατασκευάζει τους γνωστούς προσωπικούς υπολογιστές Turbo-X από το 1986. Ο Turbo-X είναι ιδιαίτερα γνωστός στην ελληνική αγορά για την ανταγωνιστική τιμή του και τη δυνατότητά του να ικανοποιεί ακόμα και τους πιο απαιτητικούς πελάτες.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι κομμάτι της εταιρικής κουλτούρας της εταιρείας είναι η καθιέρωση του συστήματος build-to-order από το 1986 με το δικό της brand name σε Η/Υ, δίνοντας έτσι στο καταναλωτικό κοινό την ευκαιρία να συνθέσει εύκολα, ικανοποιώντας τις ανάγκες του, τον προσωπικό του υπολογιστή.

ΕΙΚΟΝΑ ΚΛΑΔΟΥ

Η πληροφορική στην Ελλάδα αναπτύσσεται τη δεκαετία του '80 με την ίδρυση των σημερινών μεγάλων εταιρειών του κλάδου, οι οποίες εισάγουν ή συναρμολογούν ηλεκτρονικούς υπολογιστές και άλλα είδη πληροφορικής και αναλώσιμων ειδών, τα οποία θεωρούνται πρωτοποριακά για τη δεκαετία του '90. Ο κλάδος της πληροφορικής παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη και αναδείχτηκε ως ένας από τους πιο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας.

Σ' αυτόν κατατάσσονται επιχειρήσεις, όπου δραστηριοποιούνται, κυρίως στην συναρμολόγηση και εμπορία προϊόντων πληροφορικής, την εμπορία προϊόντων κινητής και σταθερής τηλεφωνίας, καθώς και την εμπορία ειδών γραφείου.

Την τελευταία πενταετία υπήρξαν ουσιαστικές εξελίξεις στον κλάδο. Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, η ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς και η χρηματοδότηση μέσω Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιούργησαν τις κατάλληλες συνθήκες για τη μεγαλύτερη ανάπτυξη του κλάδου. Μέσω συμμετοχών, εξαγορών και συγχωνεύσεων δημιουργήθηκαν ισχυρά επιχειρηματικά σχήματα που πρόσφεραν μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών.

Ειδικότερα, η εισαγωγή πολλών εταιρειών πληροφορικής στο Χρηματιστήριο

Αξιών Αθηνών και η συνακόλουθη δυνατότητα αυτών να αντλήσουν σημαντικά κεφάλαια έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην αύξηση των εξαγωγών και συγχωνεύσεων στον κλάδο τα δύο τελευταία χρόνια εντείνοντας την τάση συγκέντρωσής τους.

Ήδη έχουν εμφανιστεί σημαντικές συγχωνεύσεις Εταιρειών πληροφορικής, οι οποίες δημιουργούν ισχυρούς πόλους έλξης πελατών εξαιτίας της συγκέντρωσης διαφορετικών δραστηριοτήτων (διανομής, μεταπώλησης, παραγωγής λογισμικού, παροχής ολοκληρωμένων λύσεων και συμβουλευτικών υπηρεσιών, μέσα σε ενιαία εταιρικά σχήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν τον μεγάλο και διεθνή ανταγωνισμό και για να είναι ανταγωνιστικά πρέπει να παρέχουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου με όσο το δυνατό χαμηλότερο κόστος. Ο κλάδος των ειδών πληροφορικής στην Ελλάδα αναμένεται να αναπτύσσεται συνέχεια με γρήγορους ρυθμούς τα επόμενα χρόνια με κύριους μοχλούς ανάπτυξης:

- Το άνοιγμα των Βαλκανικών αγορών.
- Την απελευθέρωση της αγοράς των τηλεπικοινωνιών.
- Τα έργα υποδομής και ανάπτυξης που θα πραγματοποιηθούν σε όλους τους τομείς της οικονομίας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004.
- Το 3^ο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης.
- Την προγραμματιζόμενη και αναγκαία ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό, τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα τα επόμενα χρόνια.
- Την αξιοσημείωτη καθυστέρηση που παρουσιάζει η διείσδυση της πληροφορικής στην Ελλάδα σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα.

1.3.12. ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Το μεγαλύτερο από τα 4 κανάλια του δικτύου πωλήσεων, από τα οποία αποτελείται η ομπρέλα εξυπηρέτησης της εταιρείας, είναι τα κομβικά καταστήματα. Η εταιρεία διαθέτει έναν ελεγχόμενο αριθμό 16 μεγάλων καταστημάτων, γεγονός το οποίο την διαφοροποιεί απέναντι στις υπόλοιπες εταιρίες του ανταγωνισμού που διαθέτουν ένα μεγάλο αριθμό μικρών καταστημάτων. Έτσι ο επισκέπτης των καταστημάτων της εταιρείας μπορεί να δει συγκεντρωμένα όλα τα προϊόντα της διεθνούς αγοράς.

Η γεωγραφική κατανομή τους σήμερα έχει ως εξής:

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΑΤΤΙΚΗΣ	
ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ	Εξάρχεια, Ζαΐμη 10 Εξάρχεια, Στουρνάρα 24 Εξάρχεια, Στουρνάρα 19 Σύνταγμα, Βουλής 3
ΒΟΡΕΙΑ ΠΡΟΑΣΤΕΙΑ	Ψυχικό, Ομήρου 5
ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ	Μεταμόρφωση, Φαβιέρου 5
ΝΟΤΙΑ ΠΡΟΑΣΤΕΙΑ	Γλυφάδα, Α.Γ. Παπανδρέου 5 Γλυφάδα, Α.Γ. Παπανδρέου 6 Καλλιθέα, Δαβάκη 31 Πειραιάς, Εθνικής Αντιστάσεως 21 & Καραολή
ΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΑΣΤΕΙΑ	Περιστέρι, Εθνικής Αντιστάσεως 42
ΜΕΣΟΓΕΙΑ	Αγία Παρασκευή, Μεσογείων 512-514
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ	
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	Π. Π. Γερμανού 11 & Τσιμισκή
GATE THROUGH	Καλαμαριά, Εθνικής Αντιστάσεως 131
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΡΗΤΗΣ	
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	Λ. Δημοκρατίας 33
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	
ΠΑΤΡΑ	Αγ. Ανδρέου 120

Τα πλεονεκτήματα των μεγάλων κομβικών καταστημάτων της εταιρείας είναι τα εξής:

- Η πληρότητα σε προϊόντα, καθώς σε κάθε κατάστημα υπάρχουν περισσότερα από 18.000 ετομοπαράδοτα είδη. Ο καταναλωτής με μια επίσκεψη στα καταστήματά μας έχει την πλήρη εικόνα της διεθνούς αγοράς. Έτσι, το γεγονός ότι ίσως χρειαστεί να διανύσει μεγαλύτερη απόσταση για να βρεθεί σε ένα κατάστημα «ΠΛΑΙΣΙΟ», αντισταθμίζεται με την σιγουριά ότι θα επιλέξει και θα αγοράσει άμεσα αυτό που πραγματικά χρειάζεται, και όχι αυτό που θα αναγκασθεί μέσα από μια περιορισμένη ποικιλία που είναι διαθέσιμη στα υπόλοιπα καταστήματα. Το μεγάλο μέγεθός τους και το μοντέρνο περιβάλλον τους. Όλα τα καταστήματα έχουν επιφάνεια μεγαλύτερη από 400τ.μ., και ο επισκέπτης μπορεί σε ένα άνετο, σύγχρονο και ευχάριστο περιβάλλον, να πραγματοποιήσει τις αγορές του. Η ύπαρξη ειδικού τμήματος service και upgrade Η/Υ. Η ύπαρξη ειδικού τμήματος κινητής και σταθερής

τηλεφωνίας. Η υψηλή και ποιοτική εξυπηρέτηση που παρέχουν, λόγω του ελεγχόμενου αριθμού καταστημάτων και την άρτια εκπαίδευση του προσωπικού.

- Κάθε κατάστημα της εταιρείας αποτελεί ένα κέντρο εξυπηρέτησης της ευρύτερης περιοχής συνδυάζοντας τους καταλόγους, το ηλεκτρονικό κατάστημα και το τμήμα εξυπηρέτησης επιχειρήσεων.

Τα κομβικά καταστήματα της εταιρείας δέχονται κάθε ημέρα πάνω από 10.000 επισκέπτες. Το περασμένο έτος 3.000.000 καταναλωτές επέλεξαν τα καταστήματα ΠΛΑΙΣΙΟ για την ενημέρωσή τους, και 1.500.000 εμπιστεύθηκαν την εταιρεία για τις αγορές τους.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ



KENTPO

Στουρνάρη 24

Τηλ. 210-3844001-4



KENTPO

Στουρνάρη 19

Τηλ. 210-3844001-4



KENTPO

Ζαΐμη 10

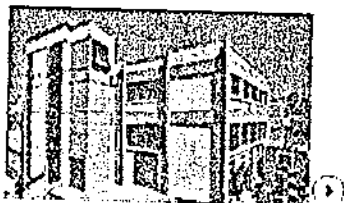
Τηλ. 210-3846483, 210-3846433



ΒΟΡΕΙΑ ΠΡΟΑΣΤΕΙΑ

Ομήρου 5, Νέο Ψυχικό

Τηλ. 210-6779200-3



ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟΣ

Φαβιέρου 5, Μεταμόρφωση

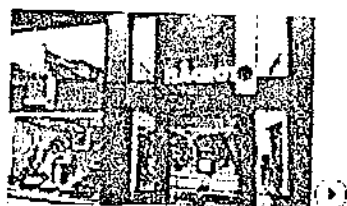
Τηλ. 210-2892000



ΓΛΥΦΑΔΑ

Λαζαράκη & Λ.Γ.Παπανδρέου 5

Τηλ. 210-8981700



ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ

Εθν. Αντιστάσεως 42

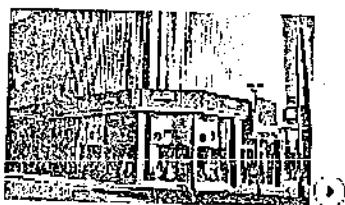
Τηλ. 210-5742222



ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Π. Π. Γερμανού 11 & Τσιμισκή

Τηλ. 2310-236008



ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ

Λ. Βουλιαγμένης 595

Τηλ. 210-9948660



ΠΑΤΡΑ

Αγ. Ανδρέου 120 & Φιλοποίμενος

Τηλ. 2610-240700



ΚΡΗΤΗ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ

Λ. Δημοκρατίας 33

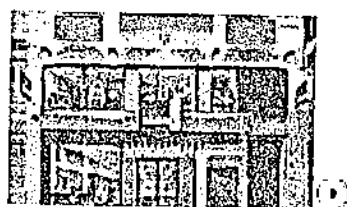
Τηλ. 2810-301300'



ΑΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

Λ. Μεσογείων 512-514

Τηλ. 210-6084200



ΣΥΝΤΑΓΜΑ

Βουλής 3

Τηλ. 210-3258000



ΚΑΛΛΙΘΕΑ

Δαβάκη 31

Τηλ. 210-9538000



ΓΛΥΦΑΔΑ (SERVICE)

Λαζαράκη & Λ.Γ. Παπανδρέου 6

Τηλ. 210-8986660



ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ (GATE THROUGH)

Εθν. Αντιστάσεως 131, Καλαμαριά

Τηλ. 2310-494000



ΠΕΙΡΑΙΑΣ

Εθν. Αντιστάσεως 21

Τηλ. 210-4138700

1.3.14. ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

1. Πωλητές τηλεπικοινωνιακών προϊόντων.
2. Πωλητές προϊόντων πληροφορικής.
3. Πωλητές προϊόντων ειδών εξοπλισμού γραφείου.
4. Ταμίες.
5. Στελέχη διεύθυνσης καταστημάτων.
6. Τεχνικοί ηλεκτρονικών υπολογιστών.

ΤΜΗΜΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

1. Στελέχη τηλεφωνικής εξυπηρέτησης.

ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

1. Αποθηκάριοι.
2. Χειριστές κλαρκ.

ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ BUSINESS TO BUSINESS

1. Εξωτερικοί πωλητές.

ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗ

1. SAP Consultant.

1.3.15. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.» αποτελεί μια οργανωμένη και άρρηκτα δεμένη ομάδα 655 συνεργατών που με την άρτια εκπαίδευσή τους προσφέρουν την βέλτιστη εξυπηρέτηση στο καταναλωτικό κοινό.

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η κατανομή του προσωπικού στην δομή της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.», είναι η ακόλουθη:

Ημερομηνία: 30/09/2003	Αριθμός εργαζομένων
Διοικητικές υπηρεσίες	163
Καταστήματα	324
Αποθήκες/ Logistics	75
Εξωτερικές πωλήσεις	8
Λοιπές υπηρεσίες	85
Σύνολο	655

ΤΙΤΛΟΙ ΣΠΟΥΔΩΝ

Η κατανομή του προσωπικού της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.» σύμφωνα με τους τίτλους σπουδών, είναι η ακόλουθη:

Ημερομηνία: 30/09/2003	Αριθμός εργαζομένων
Κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου	13
Πτυχιούχοι Α.Ε.Ι.	39
Πτυχιούχοι Τ.Ε.Ι.	19
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	584
Σύνολο	655

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Η εταιρεία βασίζει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία της στον συνδυασμό της εμπειρίας των παλαιότερων στελεχών με τον δυναμισμό των νεότερων συνεργατών της. Η επαγγελματική εμπειρία του προσωπικού της εταιρείας, αναλύεται ως εξής:

Ημερομηνία: 30/09/2003	Αριθμός εργαζομένων
Άνω των 10 ετών	27
Άνω των 5 ετών	48
Άνω των 3 ετών	115
Μικρότερη των 3 ετών	465
Σύνολο	655

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

Η πολιτική της στο θέμα της εκπαίδευσης του προσωπικού της εστιάζεται στη συνεχή εκπαίδευση με συνεργασία εξωτερικών φορέων, in-house training και on the job training. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα της εταιρείας υλοποιούνται στο οργανωμένο εκπαιδευτικό Κέντρο που διαθέτει στο χώρο των γραφείων της. Τα προγράμματα εκπαίδευσης για την χρήση 2003 περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- ◇ Ολική ποιότητα.
- ◇ Customer service.
- ◇ Τεχνικές πωλήσεων.
- ◇ Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού.
- ◇ Performance appraisal.
- ◇ Προϊοντική εκπαίδευση.
- ◇ Διοργάνωση σεμιναρίων (SAP, Word, Excel, ξένες γλώσσες κ.λ.π.).

Επίσης στελέχη του Τμήματος Προσωπικού της εταιρείας παρακολούθησαν σεμινάριο σε θέματα HR & Training του φορέα ASTD Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής.

1.3.16. ΜΟΡΦΕΣ ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η αποτελεσματική υλοποίηση του συνολικού έργου της επιχείρησής μας απαιτεί τον συντονισμό των διαφόρων θέσεων εργασίας, αφού αυτές περιέχουν ένα μέρος του συνολικού έργου ή επιμέρους ρόλους που προέκυψαν μετά τη διαίρεση του τελευταίου. Ο εν λόγω συντονισμός επιτυγχάνεται με την ομαδοποίηση των θέσεων σε διευθύνσεις, τμήματα, υπο-τμήματα, ομάδες κ.λ.π. των οποίων τη διοίκηση, και συνεπώς των συντονισμό, αναλαμβάνει ένας προϊστάμενος, κατέχοντας συγκεκριμένη θέση που δημιουργείται γι' αυτό το σκοπό.

Η βασική επιδίωξη της τμηματοποίησης της επιχείρησής μας είναι ασφαλώς η αποτελεσματικότητα. Αυτό σημαίνει ότι η μορφή της τμηματοποίησης, δηλαδή το είδος τμημάτων, υπο-τμημάτων κ.λ.π. πρέπει να εξασφαλίζει την αποτελεσματική διοίκηση και συντονισμό, την αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων, τη συνεργασία και αξιοποίηση των εργαζομένων, την άμεση ανταπόκριση στο περιβάλλον και τον προσανατολισμό προς την αγορά.

Προκειμένου να επιτευχθεί η κατάλληλη μορφή τμηματοποίησης στην επιχείρηση χρειάζονται κάποια θεμελιώδη κριτήρια όπως τα ακόλουθα:

- Αλληλεξάρτηση των θέσεων εργασίας ή λειτουργιών ή δραστηριοτήτων.
- Εξειδίκευση.
- Αξιοποίηση πόρων.
- Αποτελεσματικότητα διοίκησης – ελέγχου.
- Προσανατολισμός προς την αγορά.

Επίσης:

- Το μέγεθός της, (π.χ. όσο μεγαλύτερο, τόσο περισσότερα τμήματα).
- Τη φύση των προϊόντων, δραστηριοτήτων και λειτουργιών της, (π.χ. όσο μεγαλύτερη ποικιλία τόσα περισσότερα διαφορετικά – εξειδικευμένα τμήματα).
- Τον ανταγωνισμό, την πολυπλοκότητα, και την αβεβαιότητα του περιβάλλοντος (π.χ. όσο πιο έντονα αυτά τα χαρακτηριστικά, τόσο

περισσότερα εξειδικευμένα τμήματα απαιτούνται, ώστε να ανταποκρίνεται η επιχείρηση άμεσα στο περιβάλλον).

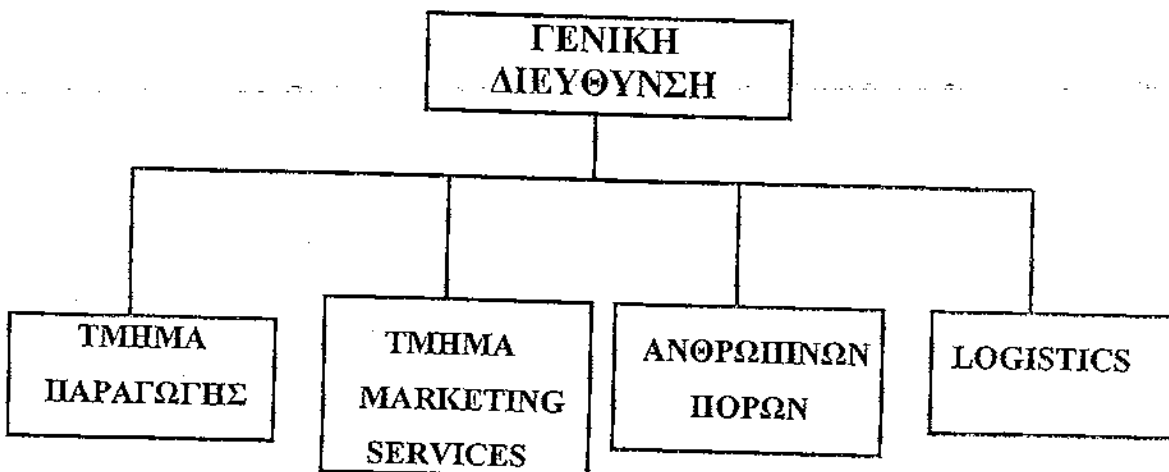
Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω κριτήρια η επιχείρησή μας έχει δημιουργήσει της παρακάτω μορφές τμηματοποίησης.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Μια από αυτές είναι η τμηματοποίηση κατά 'λειτουργία η οποία αποτελεί μια λογική μορφή τμηματοποίησης της επιχείρησής μας. Έτσι, οι θέσεις εργασίας που το έργο τους αφορά την ίδια επιχειρησιακή λειτουργία έχουν τοποθετηθεί στο ίδιο τμήμα ή υπο-τμήμα. Οι βασικές λειτουργίες που αναπτύσσονται στην επιχείρηση, είναι η παραγωγή, οι πωλήσεις, το μάρκετινγκ, η χρηματοοικονομική λειτουργία και η λειτουργία του προσωπικού.

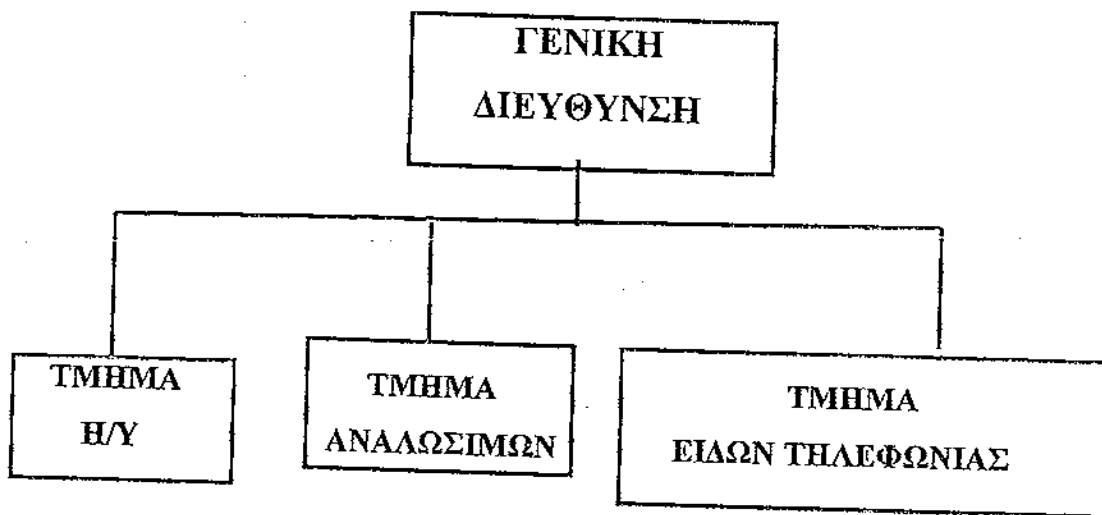
Η επιχείρηση προκειμένου να είναι αποτελεσματική έχει λάβει υπόψη της το λειτουργικό κριτήριο της τμηματοποίησης σύμφωνα με το οποίο έχει ομαδοποιήσει τις θέσεις εργασίας σε επιμέρους τμήματα ανάλογα με τις λειτουργίες που το καθένα επιμερίζει. Δηλαδή, οι θέσεις εργασίας που αφορούν στην παραγωγή αποτελούν το τμήμα παραγωγής, οι θέσεις εργασίας που αφορούν στις πωλήσεις αποτελούν το τμήμα πωλήσεων κ.ο.κ.

Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση επιτυγχάνει μεγαλύτερη αλληλεξάρτηση μεταξύ των θέσεων εργασίας, που αφορούν στην ίδια επιχειρησιακή λειτουργία, και συνεπώς απαιτείται περισσότερος συντονισμός μεταξύ τους, απ' ότι συμβαίνει σε άλλες θέσεις άλλων λειτουργιών που είναι λιγότερο αλληλεξαρτημένες. Ταυτόχρονα, κάθε επιχειρησιακή λειτουργία συνεπάγεται εξειδικευμένες γνώσεις και ικανότητες. Μια τυπική μορφή λειτουργικής τμηματοποίησης στην επιχείρησή μας παρουσιάζεται το παρακάτω σχήμα:



ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑ ΠΡΟΪΟΝ

Αυτού του είδους η τμηματοποίηση είναι κατάλληλη για επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, που διαθέτουν τουλάχιστον δύο διαφορετικά προϊόντα, από άποψη τεχνολογίας, παραγωγής και αγοράς. Συγκεκριμένα, η επιχείρηση πουλάει υπολογιστές, αναλώσιμα και είδη τηλεπικοινωνίας. Το κριτήριο της επιχείρησής μας για την ομαδοποίηση των θέσεων εργασίας είναι το προϊόν ή η ομάδα προϊόντων και μια τυπική τμηματοποίηση της επιχείρησης δίνεται στο σχήμα:



Η λογική αυτής της μορφής τμηματοποίησης θα μπορούσε να στηρίζεται στο γεγονός ότι τα διαφορετικά προϊόντα, απαιτούν διαφορετικές γνώσεις και ικανότητες, αποφάσεις και λειτουργίες για να αναπτυχθούν και επομένως το έργο της διοίκησης θα γινόταν δυσκολότερο. Έτσι, η εταιρεία «ΠΑΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.» δημιούργησε αυτού του είδους την μορφή, προκειμένου να μειώσει το εύρος των γνώσεων και ικανοτήτων που απαιτούν τα περισσότερα διαφορετικά προϊόντα και έτσι κάνει πιο εύκολη τη διοίκηση ενός τμήματος από ένα διοικητικό στέλεχος. Πιο συγκεκριμένα η εταιρεία επιτυγχάνει την ταχύτητα και την αποτελεσματικότητα στην διαδικασία λήψης αποφάσεων, την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, την εύκολη μέτρηση του αποτελέσματος και του κέρδους κάθε τμήματος κατά συνέπεια, εύκολος έλεγχος των υπευθύνων και τέλος την καλύτερη μελέτη, γνώση, παρακολούθηση, και προσαρμογή στις εξελίξεις της αγοράς. Παρόλα αυτά έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχει περισσότερος εστιασμός των στελεχών στην δραστηριότητα του τμήματος με αποτέλεσμα ύπαρξης απώλειας ενδιαφέροντος για το σύνολο της εταιρείας.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η εταιρεία έχει, επίσης, ως κριτήριο την περιοχή στην οποία λαμβάνουν χώρα οι διάφορες δραστηριότητες. Επομένως, η εταιρεία χρησιμοποιεί το γεωγραφικό κριτήριο προκειμένου να διαιρέσει τα διαφορετικά τμήματα (πωλήσεων, μάρκετινγκ κ.τ.λ.) σε υπο-τμήματα.

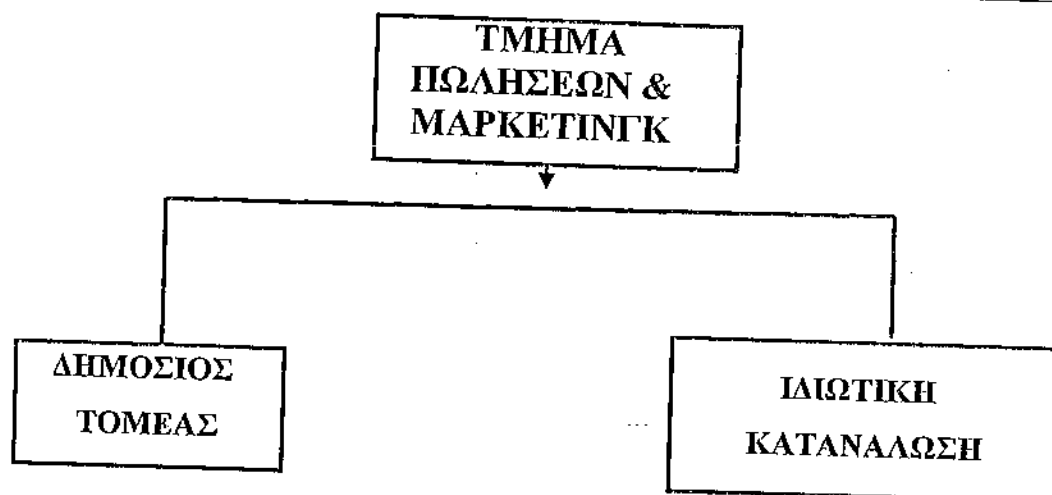
Για παράδειγμα, το τμήμα πωλήσεων της επιχείρησης αποτελείται από ένα υπο-τμήμα που περιλαμβάνει τις πωλήσεις της Β. Ελλάδας (π.χ. υποκατάστημα Θεσσαλονίκης), ένα υπο-τμήμα για τις πωλήσεις της Κεντρικής Ελλάδας (π.χ. υποκατάστημα Πάτρας) και ένα της Ν. Ελλάδας (π.χ. Ηράκλειο), μιας και έχει επεκταθεί σε πολλές πόλεις της Ελλάδας.

Με αυτού του είδους την μορφή τμηματοποίησης η εταιρεία επιτυγχάνει τον συντονισμό των δραστηριοτήτων της, που αφορούν σε μια γεωγραφική περιοχή πράγμα που συμβάλλει στη μείωση του κόστους μεταφοράς, την εστίαση της προσοχής των προσπαθειών στην κάθε περιοχή και την πιο εύκολη μέτρηση των αποτελεσμάτων του υπεύθυνου τμήματος για κάθε περιοχή. Και εδώ, όμως, παρουσιάζονται κάποια προβλήματα στην επιχείρηση όπως αυτό της επανάληψης των ενεργειών και της απασχόλησης περισσότερων ειδικών (π.χ. ειδικού μάρκετινγκ για κάθε περιοχή).

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑ ΠΕΛΑΤΕΣ

Εκτός των τριών προηγούμενων μορφών τμηματοποίησης που εφαρμόζονται στο σύνολο της εταιρείας υπάρχει και αυτό της τμηματοποίησης κατά πελάτες, το οποίο αφορά κυρίως την διαίρεση των τμημάτων μάρκετινγκ και πωλήσεων σε υπό-τμήματα με κριτήριο το είδος της πελατείας στην οποία απευθύνονται τα προϊόντα της επιχείρησης.

Για παράδειγμα, τα προϊόντα της επιχείρησής μας απευθύνονται τόσο σε ιδιωτικούς καταναλωτές, όσο και στο δημόσιο τομέα. Και επομένως χρειάζεται η υλοδιαίρεση του τμήματος μάρκετινγκ και πωλήσεων της επιχείρησης σε δύο υπο-τμήματα όπως φαίνεται στο σχήμα. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η συγκέντρωση των προσπαθειών και η εξειδίκευση στις ανάγκες των πελατών, για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους.



1.3.17. ΕΥΡΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ – ΙΕΡΑΡΧΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

Η εταιρεία από τον πρώτο χρόνο κίνησής της στην αγορά μέχρι και σήμερα ακολουθεί μια συνεχή ανοδική πορεία, που χαρακτηρίζεται για την ακεραιότητα και ετοιμότητα της τόσο απέναντι στο καταναλωτικό κοινό όσο και στο ίδιο της το εργατικό δυναμικό. Έχει 17 υποκαταστήματα σε όλη την Ελλάδα και ως επακόλουθο απασχολεί εκατοντάδες εργαζόμενους. Εδώ ακριβώς είναι που τίθεται το πρόβλημα στα πλαίσια του οργανωτικού σχεδιασμού για τον καθορισμό του εύρους διοίκησης-ελέγχου, δηλαδή των αριθμό των υφισταμένων που θα αναφέρεται σε κάθε υφιστάμενο.

Η επιχείρηση αντιλήφθηκε από τα πρώτα χρόνια ότι το εύρος διοίκησης αποτελεί σημαντικό ζήτημα για τον οργανωτικό σχεδιασμό και αυτό γιατί, ο κάθε προϊστάμενος θα έχει την δυνατότητα να διοικήσει ένα περιορισμένο αριθμό υφισταμένων, αλλά και γιατί το εύρος διοίκησης συνδέεται αντίστροφα με τον αριθμό ιεραρχικών επιπέδων και συνεπώς καθορίζει την μορφή της δομής της επιχείρησης. Προκειμένου, λοιπόν, να υπάρχει ένας αποτελεσματικός οργανωτικός σχεδιασμός, η εταιρεία ακολούθησε κάποια βασικά στάδια για τον καθορισμό του. Το πρώτο από αυτά είναι ο προσδιορισμός του χρόνου που διαθέτει το διοικητικό στέλεχος-προϊστάμενος για την διοίκηση των υφισταμένων του.

Είναι φανερό, ότι η κάθε θέση προϊστάμενου, εκτός του καθήκοντος της διοίκησης, συνήθως, περιέχει και άλλα καθήκοντα, όπως συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων και τον προγραμματισμό του τμήματος της επιχείρησης, επαφές με τους προϊσταμένους του κ.ο.κ. Συνεπώς, από το συνολικό χρόνο εργασίας του

προϊσταμένου πρέπει να υπολογισθεί και να αφαιρεθεί ο χρόνος που απαιτείται γι' αυτά τα καθήκοντα, ώστε να προκύψει ο χρόνος που δύναται να διαθέσει για τη διοίκηση των υφισταμένων του. Βέβαια, στην πράξη είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί αυτός ο διαχωρισμός. Παρόλα αυτά το θεωρεί, έστω και με επιφυλάξεις, απαραίτητο. Το επόμενο βήμα που ακολούθησε η επιχείρηση είναι ο προσδιορισμός του αριθμού των υφισταμένων που μπορεί να διοικήσει ο προϊστάμενος στον παραπάνω χρόνο. Το πρόβλημα που τίθεται είναι: Ποιος είναι ο κατάλληλος αριθμός των υφισταμένων, που μπορεί να διοικήσει ο προϊστάμενος σε ένα συγκεκριμένο χρόνο. Και εδώ όμως κατόρθωσε να ξεπεράσει τις δυσκολίες λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη της σημαντικούς παράγοντες για να μπορέσει να καθορίσει το σωστό εύρος ελέγχου. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- Οι διοικητικές ικανότητες του προϊσταμένου.
- Η εκπαίδευση και οι ικανότητες των υφισταμένων.
- Η πολυπλοκότητα και η σπουδαιότητα του περιεχομένου των θέσεων εργασίας των υφισταμένων.
- Ο συντονισμός που απαιτείται μεταξύ των θέσεων των υφισταμένων.
- Η ομοιότητα του περιεχομένου των θέσεων εργασίας των υφισταμένων.
- Η τυποποίηση και σαφήνεια των εργασιών και των σχέσεων.
- Η ωριμότητα, η αφοσίωση και το γενικό κλίμα.
- Η ταχύτητα των αλλαγών.
- Η γεωγραφική διασπορά των υφισταμένων.

Εφαρμόζοντας όλους αυτούς τους παράγοντες στην πράξη, όσο πιο αποτελεσματικά γινόταν, κατόρθωσε σήμερα να απασχολεί 555 υπαλλήλους. Συγκεκριμένα, το εύρος διοίκησης καθορίζεται σε 5 υφισταμένους ανά προϊστάμενο και επομένως υπάρχουν 131 θέσεις προϊσταμένων διαμορφώνοντας μια υψηλή ιεραρχική δομή.

1.3.18. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η εταιρεία με έντονη συναίσθηση του κοινωνικού της ρόλου, κτίζει επάνω στην παράδοση ποιότητας των προϊόντων της και επιδιώκει με συνέπεια την πλήρη ικανοποίηση των μεταβαλλόμενων αναγκών των πελατών και καταναλωτών της, με

ένα και μοναδικό όραμα: «να αναγνωριστεί ως ο αδιαφιλονίκητος ηγέτης της αγοράς ειδών τηλεπικοινωνίας, αναλώσιμων, υπηρεσίες e-mail κ.λ.π.».

Για να πετύχει το στόχο της, να «φέρει τους ανθρώπους μαζί, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα επαφής μεταξύ τους και πρόσβασης σε πληροφορίες και υπηρεσίες που θέλουν οποτεδήποτε και οπουδήποτε», η εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS A.E.B.E.» επικεντρώνει τις προσπάθειές της σε πέντε βασικές στρατηγικές:

1. Επιτάχυνση της κερδοφόρας ανάπτυξης των κύριων επώνυμων προϊόντων της.
2. Διάδοση των βασικών κατηγοριών των προϊόντων της στις αναπτυσσόμενες πόλεις.
3. Ενδυνάμωση ολόκληρου του φάσματος των προϊόντων της.
4. Επιδίωξη ακόμη καλύτερης ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.
5. Ανάδειξη της οργανωτικής δομής της εταιρείας, με μοχλό τους αφοσιωμένους εργαζόμενους.

Η εταιρεία θέλοντας να είναι πάντα αντάξια των προσδοκιών των πελατών της, αλλά και του επενδυτικού κοινού, διασφαλίζοντας συγχρόνως τα συμφέροντά της, ακολουθεί την στρατηγική της εστίασης. Η στρατηγική εστίασης έχει την έννοια ότι η επιχείρηση εστιάζει τις προσπάθειές της είτε σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς, ώστε να επιτύχει χαμηλότερο κόστος από τους ανταγωνιστές (εστίαση με ηγεσία κόστους), είτε να μπορέσει να διαφοροποιηθεί από αυτούς (εστίαση με διαφοροποίηση). Συμπεραίνουμε, λοιπόν, ότι η στρατηγική της εταιρείας, της κάθετης επέκτασης σε όλους τους τομείς της πληροφορικής, ήταν από το 1988 μια πρόβλεψη και δέσμευση της εταιρείας, η οποία αποτέλεσε πρότυπο για τα ελληνικά επιχειρηματικά δεδομένα.

1.3.19. ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΟΙ ΣΤΟΧΟΙ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η εταιρεία παρουσιάζει την εξαετία 1995 - 2001 υψηλή ανάπτυξη πετυχαίνοντας έτσι 8πλασιασμό των πωλήσεων, 7πλασιασμό των κερδών της και 5πλασιασμό του ανθρώπινου δυναμικού της, ενώ συγχρόνως αύξησε ακόμα περισσότερο το μερίδιό της στην αγορά μεγαλώνοντας την απόστασή της απ' τον ανταγωνισμό. Ένας από τους πρώτους στόχους της επιχείρησης είναι η συνεχή, ανάπτυξή της, μέσω της δημιουργίας ενός πολύπλευρου και ευέλικτου μηχανισμού παροχής πολλαπλών υπηρεσιών, ο οποίος εστιάζεται όσο το δυνατόν καλύτερα στην

προέγκυση και στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Η συνεχής ανανέωση και ανάπτυξη των τεχνολογικών υποδομών (CRM, CTI) και, ο πλήρης έλεγχος της ποιότητας - αποτελεσματικότητας των λειτουργιών της εταιρείας, θα συμβάλλει στο μεγαλύτερο μέρος στην επίτευξη των μελλοντικών στόχων της εταιρείας.

Στο πλαίσιο αυτό προσβλέπει στην δραστηριοποίησή της στους εξής τομείς: εγκατάσταση μηχανογραφικών συστημάτων σε επιχειρήσεις, παροχής service, υψηλών προδιαγραφών, στις κύριες πόλεις της Ελλάδας, καθώς και στην μεταβολή από τα μεσαίου μεγέθους καταστήματα, σε υπερχώρους, όπως ήδη έχει δημιουργήσει με μεγάλη επιτυχία το GATE-THROUGH επιφάνειας 2.500 τ.μ. στην Θεσσαλονίκη, την επέκταση του ιστορικού καταστήματος της Στουρνάρη σε 1.000 τ.μ., της Μεταμορφώσεως σε 2.500 τ.μ., ένα νέο κέντρο τεχνικής υποστήριξης στη Γλυφάδα και τέλος ένας νέος υπερχώρος στον Πειραιά, ο οποίος θα καλύψει πλήρως όλες τις ανάγκες των καταναλωτών.

Επίσης, η εταιρεία θα αξιολογήσει με προσοχή ενδεχόμενες προτάσεις συνεργασιών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Η εταιρεία ελεγκτείται με την συμμετοχή της και σε άλλες εταιρείες. Ο κύριος μέτοχος της εταιρείας κ. Γεώργιος Γεράρδος από κοινού με την εταιρεία, προχώρησαν σε σύσταση εταιρείας με την επωνυμία «ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ» με διακριτικό τίτλο «ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΚΙΝΗΤΩΝ».

Ο σκοπός της εταιρείας αυτής, είναι η αγορά, κτίση, εμπορία, ανέγερση, διαμόρφωση, πώληση και εκμετάλλευση, διαχείριση και ανάπτυξη οποιασδήποτε μορφής και είδους ακινήτων. Η παροχή τεχνικών και εμπορικών, οικονομικών συμβούλων προς τρίτους επί συναφών θεμάτων, καθώς επίσης η συμμετοχή σε εταιρείες διαχειρίσεως αμοιβαίων κεφαλαίων.

Επίσης, η εταιρεία, προχώρησε στην εξαγορά ποσοστού 24% ή 480 μετοχές του μετοχικού κεφαλαίου της ανώνυμης εταιρείας «ΕΛΝΟΥΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΩΝ» ενώ παράλληλα ο κ. Γεράρδος Γεώργιος εξαγόρασε το 27% των μετοχών της προαναφερθείσας εταιρείας.

Σκοπός της εταιρείας «ΕΛΝΟΥΣ» είναι η οργάνωση, ανάληψη και διενέργεια μορφωτικών σεμιναρίων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, η συμμετοχή και η συνεργασία με άλλους εκπαιδευτικούς οργανισμούς, η συμμετοχή σε εταιρείες παντός τύπου, καθώς και η

δημιουργία εργαστηρίου ελευθέρων σπουδών.

Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται επί της οδού Καποδιστρίου 102, Ν. Ιωνία και η ίδρυσή της είναι η 7/12/1995.

1.3.20. ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ

Το δεύτερο κανάλι στην ομπρέλα υπηρεσιών της εταιρείας είναι το σύστημα πωλήσεων μέσω καταλόγων. Η Εταιρεία ουσιαστικά διαφοροποιείται από τις λοιπές εταιρείες του κλάδου μέσω μίας προηγμένης πολιτικής marketing και πωλήσεων που εφαρμόζει. Συγκεκριμένα εκδίδει αναλυτικούς, για κάθε προϊοντική κατηγορία, καταλόγους οι οποίοι αποστέλλονται απ' ευθείας σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών, ενώ παράλληλα διανέμονται και με την μορφή ενθέτου σε εφημερίδες καθώς και από τα καταστήματα της Εταιρείας. Έτσι ο πελάτης μπορεί από τον χώρο του, να διαλέξει από τους καταλόγους τα προϊόντα που χρειάζεται και μετά να τα παραγγείλει χωρίς χρέωση είτε, τηλεφωνικώς στο 800-12345, είτε με fax στο 800-67890. Την επόμενη ημέρα θα τα έχει στον χώρο του, αποφεύγοντας την σπατάλη πολύτιμου χρόνου.

Οι κατάλογοι της εταιρείας αποτελούν ένα πολύτιμο εργαλείο για κάθε καταναλωτή, καθώς είναι προσαρμοσμένοι στις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε ομάδας. Αυτό επιτυγχάνεται με τη σωστή επιλογή των προϊόντων που περιέχουν, η οποία βασίζεται στην μελέτη των αγοραστικών συνηθειών της κάθε ομάδας των πελατών της (one-to-one Marketing). Συνολικά εκδίδονται 50 κατάλογοι / έτος σε πάνω από 6.000.000 αντίτυπα και καλύπτουν όλες τις προϊοντικές κατηγορίες που διαθέτει:

- Πληροφορική
- Τηλεφωνία (σταθερή και κινητή)
- Είδη γραφείου και ειδικά προϊόντα.

Οι κατάλογοι κύρια απευθύνονται σε τέσσερις κύριες ομάδες καταναλωτών, ο συνολικός αριθμός των οποίων ξεπερνάει τις 70.000:

- ◊ Γραφείο στο σπίτι / Γραφείο επαγγελματικό (Small Office - Home Office).
- ◊ Μικρές / μεσαίες εταιρείες (Mid Business).
- ◊ Μεγάλες εταιρείες (Corporate).
- ◊ Εκπαιδευτικά Ιδρύματα & δημόσιοι οργανισμοί.

Το προηγμένο σύστημα διαχείρισης παραγγελιών που έχει η εταιρεία, της επιτρέπει να παραδίδει μέσα σε 24 ώρες το 96% των παραγγελιών. Κάθε ημέρα πάνω από 500 παραγγελίες διακινούνται μέσα από το δίκτυο της και παραδίδονται στο γραφείο ή στο σπίτι του πελάτη.

1.3.21. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (INTERNET)

Το Internet καλύπτει την ανάγκη της άμεσης πληροφόρησης σε μια συνεχώς μεταβαλλόμενη παγκόσμια αγορά. Το γεγονός αυτό καθιστά το ηλεκτρονικό εμπόριο βασικό τεχνολογικό κόμβο της Νέας Οικονομίας, και βεβαιώνει την αλματώδη ανάπτυξή του τα επόμενα χρόνια. Η εταιρεία πρωτοπόρα για μια ακόμα φορά, τον Μάιο του 1999, έθεσε σε λειτουργία το ηλεκτρονικό της κατάστημα www.plaisio.gr, σε μια χρονική στιγμή που η διείσδυση του INTERNET στον Ελληνικό χώρο ήταν μηδαμινή. Σήμερα, έχει μια σημαντική εμπειρία στον χώρο αυτό. Πρέπει να τονιστεί ότι το δύσκολο μέρος στην δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι η εξασφάλιση των κατάλληλων υποδομών για την διαχείριση των παραγγελιών. Η εταιρεία διαθέτοντας εδώ και 4 χρόνια ένα πρότυπο σύστημα διαχείρισης παραγγελιών, εξασφαλίζει ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα.

Η επιτυχία του ηλεκτρονικού καταστήματος στα δυο πρώτα χρόνια λειτουργίας του κρίνεται ιδιαίτερα ικανοποιητική με:

- ◊ Πάνω από 5.500 επισκέπτες κατά μέσο όρο την ημέρα.
- ◊ 32.000 εγγεγραμμένα μέλη.
- ◊ 11.000 Παραγγελίες.
- ◊ 830 εκ δρχ. κύκλο εργασιών (από την έναρξη της λειτουργίας του).

Κυρίαρχο στοιχείο στο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι η ευκολία με την οποία ο χρήστης μπορεί να επιλέξει και να παραγγείλει τα προϊόντα που χρειάζεται, χωρίς χάσιμο πολύτιμου χρόνου. Η Εταιρεία, με το άρτια οργανωμένο δίκτυο διανομής που διαθέτει, παραδίδει κάθε παραγγελία σε 24 ώρες.

WAP SITE: Η πρόσφατη δημιουργία από την Εταιρεία του πρώτου WAP SITE για mobile commerce, προσφέρει ολοκληρωμένη λύση στο ηλεκτρονικό εμπόριο, όχι μόνο στο σταθερό δίκτυο, αλλά και στο δίκτυο κινητής τηλεφωνίας. Η Εταιρεία έχοντας την απαραίτητη εμπειρία στο χώρο του διαδικτύου, διαθέτει όλα τα προσόντα να επαναλάβει την επιτυχημένη πορεία του ηλεκτρονικού καταστήματος και με το WAP SITE, ενισχύοντας περαιτέρω την παρουσία της στο e-commerce. Η

εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.» προσφέρει στον "κινούμενο καταναλωτή" την δυνατότητα να κάνει την παραγγελία του, από όποιο σημείο και να βρίσκεται, μέσω του κινητού του τηλεφώνου. Από τα παραπάνω είναι φανερό ότι η εταιρεία «είναι κατάλληλα προετοιμασμένη ώστε να διεκδικήσει σημαντικό μερίδιο αγοράς από την αναμενόμενη έκρηξη πωλήσεων του ηλεκτρονικού εμπορίου.

WWW.PLAISIO2B.GR. Νέο site το οποίο έρχεται να καλύψει το κενό των ηλεκτρονικών αγορών των επιχειρήσεων και των μεγάλων πελατών.

1.3.22. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΥΠΩΝ – ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΗΓΕΣΙΑΣ

Η εταιρεία χαρακτηρίζεται για το δημοκρατικό στυλ ηγεσίας της. Στην εταιρεία ο δημοκρατικός ηγέτης παρακινεί και συμβουλεύει τους υφισταμένους του με σκοπό την ορθολογική διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Η διαδικασία για τη λήψη αποφάσεων που ακολουθείται είναι η εξής:

- 1) Διαπίστωση του προβλήματος \ ευκαιρίας – ερέθισμα
- 2) Ορισμός προβλήματος
- 3) Συγκέντρωση – ανάπτυξη εναλλακτικών λύσεων
- 4) Αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων
- 5) Επιλογή
- 6) Ενδεχόμενη χρήση της διαδικασίας

Στην εταιρεία ο αποτελεσματικός δημοκρατικός ηγέτης χαρακτηρίζεται από: Ανοιχτή επικοινωνία, Αίσθηση Οργανωσιακής Δικαιοσύνης, Μειωμένες οργανωσιακές συγκρούσεις, Πολιτική Ίσων Ευκαιριών, Αποκεντρωτισμός.

Με το συνδυασμό των παραπάνω χαρακτηριστικών ο ηγέτης έχει τη δυνατότητα να εξοικονομήσει χρόνο για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και ενδυναμώνει τους υφισταμένους του, να λαμβάνουν αποφάσεις σε τακτικό επίπεδο. Τους παρέχει αυτονομία για αποφάσεις βραχυχρόνιου – τακτικού διαστήματος.

1.3.23. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΚΡΙΤΙΚΗ

Η εταιρεία «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.» είναι μια επιχείρηση με αρκετά καλή οικονομική κατάσταση. Δραστηριοποιείται σε έναν κλάδο που είναι ένας από τους πιο δυναμικούς της οικονομίας μας. Οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της δείχνουν πως σε λίγα χρόνια θα ανταγωνίζεται με άλλες ηγετικές επιχειρήσεις για τις

πρώτες θέσεις του κλάδου. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι ο κύκλος εργασιών της εταιρείας αυξάνεται χρόνο με το χρόνο (τουλάχιστον την τριετία 2000 - 2003) σε ποσοστό 35%. Αποσπώντας όλο και μεγαλύτερο μέρος της αγοράς αυξάνει τα μικτά και τα καθαρά κέρδη της.

Παράλληλα η ανάπτυξη της εταιρείας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στο δανεισμό (52%) καθώς και στα ίδια κεφάλαια της κατά ένα μεγάλο ποσοστό. Επομένως, δεν εμφανίζεται δανειακά επιβαρημένη έτσι ώστε να αντιμετωπίζει πρόβλημα πιστοληπτικής ικανότητας σε καμία περίπτωση. Επίσης ο δείκτης ρευστότητας κινείται σε ικανοποιητικά επίπεδα (αν λάβουμε βέβαια υπόψη και τις τιμές του κλάδου) και αντεπεξέρχεται χωρίς προβλήματα στις υποχρεώσεις της.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι διατηρεί το κόστος πωλήσεων σε χαμηλά επίπεδα με αποτέλεσμα η υπερβολική αύξηση των πωλήσεων της κάθε χρόνο να της δίνει περισσότερα μικτά κέρδη.

Επίσης τα λειτουργικά έξοδα είναι και αυτά αυξανόμενα αλλά με πολύ μικρό ποσοστό αύξησης πράγμα που την κατατάσσει στις πιο κερδοφόρες εταιρείες του κλάδου (σε καθαρά κέρδη). Έτσι της παρέχεται η δυνατότητα να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της, να αυξάνει τα κεφάλαιά της και να δημιουργεί προοπτικές επενδύσεων με αυτοχρηματοδότηση.

1.3.24. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1. Η δανειακή επιβάρυνση της εταιρείας πρέπει να προσεχθεί έτσι ώστε να μην φθάσει σε μεγάλο ποσοστό και επιβαρυνθεί με χρηματοοικονομικά έξοδα, αφήνοντας ανεκμετάλλευτη κάποια πιθανή μελλοντική ευκαιρία εξαιτίας της αδυναμίας της να προβεί σε δανεισμό ή της μείωσης της πιστοληπτικής της ικανότητας από τις τράπεζες.
2. Να δημιουργήσει καταστήματα σε πόλεις πέραν των αστικών κέντρων.
3. Να διαφημίσει τα προϊόντα της προβάλλοντάς τα στα Μ.Μ.Ε.
4. Να διευρύνει την γκάμα των προϊόντων της κερδίζοντας μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.
5. Επέκταση και σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

27. Πόσα άτομα απασχολεί σήμερα η εταιρεία σας ως μόνιμο προσωπικό και πόσα ανήκουν είτε στον διοικητικό είτε στον εργατοτεχνικό είτε σε οποιονδήποτε άλλο κλάδο;

-Το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας «Πλαίσιο Computers A.E.B.E.» αποτελεί μια οργανωμένη και άρρηκτα δεμένη ομάδα 655 συνεργατών που με την άρτια εκπαίδευσή τους προσφέρουν την βέλτιστη εξυπηρέτηση στο καταναλωτικό κοινό. Η κατανομή του προσωπικού έχει ως εξής: Διοικητικές υπηρεσίες: 163, Καταστήματα 324, Αποθήκες – Logistics 75, Εξωτερικές πωλήσεις 8, Λοιπές υπηρεσίες 85.-----

28. Κάτω από ποιες συνθήκες εργασίας απασχολείται το προσωπικό σας; Τηρούνται οι κανόνες ασφάλειας εργασίας και υγιεινής;

-----Το προσωπικό εργάζεται κάτω από άριστες συνθήκες εργασίας, καθότι είναι και παράγοντας απόδοσης στην παραγωγή. Οι κανόνες ασφάλειας και υγιεινής τηρούνται απολύτως. Υπάρχει και υπεύθυνος σε αυτόν τον τομέα.-----

29. Χρησιμοποιείτε ιδιωτική φύλαξη (security) για την ασφάλεια των χώρων εργασίας;

-----Ναι. Σε όλα τα καταστήματα και αποθήκες.-----

30. Κατά πόσο οι ανάγκες της εταιρείας σας καλύπτονται μέσα από τον υπάρχοντα τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό;

-----Είμαι μια συνεχώς και με ταχείς ρυθμούς αναπτυσσόμενη εταιρεία. Αυτό δεν είναι τυχαίο. Οφείλεται στην απόκτηση των υπερσύγχρονων

τεχνολογικών και μηχανολογικών εξοπλισμών.-----

31. Υπάρχουν οδοί διαφυγής και έξοδοι κινδύνου;

-----Ναι. Όλα τα καταστήματα και χώροι εργασίας διαθέτουν
εξόδους κινδύνου.-----

32. Υπάρχει στην εταιρεία σας μέριμνα για παροχή πρώτων βοηθειών
σε περίπτωση είτε εργατικού ατυχήματος είτε οποιαδήποτε άλλης
ανάγκης;

-----Πλήρως εξοπλισμένα φαρμακεία και ειδικά σεμινάρια
στους υπευθύνους των καταστημάτων.-----

33. Ποια μέτρα έχουν ληφθεί για την ασφαλή χειρωνακτική διακίνηση
των φορτίων;

-----Μετακινούνται με ασφάλεια τα φορτία καθόσον διαθέτουμε
ειδικά μηχανήματα μεταφοράς τους από ειδικευμένο προσωπικό.-----

34. Σε ποιον ασφαλιστικό κλάδο υπάγονται οι εργαζόμενοι που
απασχολούνται στην επιχείρησή σας;

-----Είναι ασφαλισμένοι στο Ι.Κ.Α.-----

35. Γίνεται εκπαίδευση του προσωπικού για νέες τεχνολογίες;

-----Παρέχεται συνεχής και εξειδικευμένη εκπαίδευση σε όλους τους τομείς αλλά κυρίως σε υπολογιστικά συστήματα και νέες τεχνολογίες αποκλειστικά της εταιρείας μας.-----

36. Υπάρχει Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ;

-----Υπάρχει Τμήμα Marketing Services. Τα στελέχη του είναι πλήρως εξειδικευμένα.-----

37. Δίνεται bonus εργασίας στους εργαζόμενους;

---Ναι. Δίνεται ανάλογα με τις πωλήσεις και την προσφορά σε κάθε είδος.-----

38. Το προσωπικό εργάζεται συνεχές ωράριο. Υπάρχουν βάρδιες προσωπικού;

-----Το προσωπικό εργάζεται ωράριο καταστημάτων. Υπάρχουν βάρδιες φυλάκων και security.-----

39. Ποια είναι η οργανωτική δομή της εταιρείας;

-----Παρέχεται το οργανόγραμμα της εταιρείας.-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- www.in.gr
- www.google.com
- www.Germanos.gr
- www.achaiaclauss.gr: (Στοιχεία από το άρθρο Οι «Νέοι Δημοσιογράφοι για το Περιβάλλον» των: Γεωργίας Ρουμελιώτη, Μαρίνας Μπρέστα, Παναγιώτη Βασιλάκη, Κόστα Σαββόπουλου, Γιώργου Ροδόπουλου, από την επίσκεψή τους στο Κ.Α.Π.Ε. από τον κ. Α. Τασσή, κατά τη διάρκεια ξενάγησής τους στις εγκαταστάσεις της Achaia Clauss και από τις απαντήσεις που τους έδωσε η Οικολογική Κίνηση Πάτρας)
- www.plaisio.gr
- ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ & ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003 της εταιρείας «ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.», Μάιος 2004.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τότε που οι άνθρωποι αναγκάστηκαν να σχηματίζουν ομάδες για να επιτύχουν στόχους, τους οποίους δεν μπορούσαν να επιτύχουν ως άτομα, εμφανίστηκε επιτακτική η ανάγκη της διοίκησης, ώστε να εξασφαλιστεί ο συντονισμός των ατομικών προσπαθειών.

Η σημασία της διοίκησης αναγνωρίζεται από την αρχαιότητα με αναφορές που υπάρχουν τόσο σε αιγυπτιακούς παπύρους του 1300 π.Χ. όσο και σε αντίστοιχες της αρχαίας Κίνας. Στην Αθηναϊκή Δημοκρατία τα συμβούλια, τα λαϊκά δικαστήρια και το συμβούλιο των στρατηγών υποδηλώνουν την ουσιαστική ύπαρξη και την αποτελεσματική εφαρμογή της διοικητικής λειτουργίας. Η Διοίκηση αναφέρεται από τον Σωκράτη ως μια ξεχωριστή επιδεξιότητα, η οποία διαφέρει από την τεχνική γνώση και εμπειρία.

Στο σύγχρονο κόσμο οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί κυριαρχούν στην κοινωνική και οικονομική ζωή. Συνεπώς, η οργάνωση και η διοίκησή τους αποτέλεσε αντικείμενο συστηματικής μελέτης και έρευνας. Ως μανατζμεντ λοιπόν, μπορεί να οριστεί η διαδικασία του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης και του ελέγχου που ασκούνται σε μια επιχείρηση ή σε ένα οργανισμό, προκειμένου να επιτευχθούν αποτελεσματικά οι στόχοι του.

Αποτελεσματική διοίκηση σημαίνει σωστή εκτέλεση των λειτουργιών της διοίκησης, οι οποίες εκτελούνται καθημερινά μέσα σε μια επιχείρηση, αλληλοεπηρεάζονται και είναι πολύ δύσκολο να διαχωριστούν από έναν παρατηρητή, που βρίσκεται έξω απ' αυτή. Η διαδικασία της αποτελεσματικής διοίκησης ξεκινά με τον προγραμματισμό, συνεχίζει με την οργάνωση και τη διεύθυνση και καταλήγει στον έλεγχο, ο οποίος με τη σειρά του οδηγεί στην

αναθεώρηση ή μη του προγραμματισμού. Βασική επίσης λειτουργία της Διοίκησης των Επιχειρήσεων είναι και η λήψη αποφάσεων στην επιχείρηση ή τον οργανισμό.

Οργάνωση μπορούμε να ορίσουμε μια διακριτή κοινωνική οντότητα ή ένωση ή σύνολο ανθρώπων, που με συγκεκριμένες σχέσεις, διαδικασίες, συστήματα, μεθόδους και πόρους επιδιώκουν την επίτευξη σκοπών σε «χρονική διάρκεια». Οι οργανώσεις δημιουργούνται και υπάρχουν για να πετυχαίνουν σκοπούς και στόχους που συνδέονται με την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών, παρά το γεγονός ότι μειώνουν την ατομική ελευθερία όσων τουλάχιστον συμμετέχουν σ' αυτές.

Ο σκοπός της οργάνωσης των επιχειρήσεων δίνει τη δυνατότητα στις διοικήσεις και στα στελέχη τους ώστε να λειτουργούν αποδοτικά, σωστά και αποτελεσματικά. Δίνει τη δυνατότητα να στελεχώνεται η επιχείρηση με ανθρώπους, που είναι κατάλληλοι και οι αναγκαίοι αλλά και οι οποίοι διαθέτουν και τις ικανότητες που είναι χρήσιμες. Επίσης η καλή οργάνωση δημιουργεί υψηλό κλίμα εμπιστοσύνης μεταξύ εργαζομένων και διοικήσεως της επιχείρησης.

Στην παγκόσμια οικονομία συντελούνται σήμερα σημαντικές αλλαγές και προς πολλές κατευθύνσεις. Οι επιχειρήσεις, για να έχουν τη δυνατότητα επιβίωσης, θα πρέπει έγκαιρα να αντιλαμβάνονται και πολλές φορές να προβλέπουν τις αλλαγές που συμβαίνουν στις διάφορες αγορές, στον ανταγωνισμό, στη διανομή, στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, στην τεχνολογία κ.ά. Επιβάλλεται, επομένως, να διαθέτουν την απαραίτητη ευελιξία, ώστε να προσαρμόζονται γρήγορα στις αλλαγές αυτές και να λειτουργούν αποτελεσματικά. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού, καθοριστική θεωρείται η συμβολή της Οργάνωσης και Διοίκησης (Management).

Η επιχείρηση αποτελεί ένα στοιχείο της κοινωνίας μας, το ίδιο σημαντικό με την οικογένεια. Το μεγαλύτερο μέρος των ανθρώπων διαθέτει το ένα τρίτο περίπου από το χρόνο του στις επιχειρήσεις. Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που καταναλώνονται προέρχονται από αυτές. Επίσης η απασχόληση και το εισόδημα των περισσότερων ανθρώπων καθώς και η εξέλιξη της οικονομίας κάθε χώρας εξαρτάται από τις επιχειρήσεις.

Η επιχείρηση αποτελεί μια παραγωγική – οικονομική μονάδα, με την έννοια ότι συνδυάζει και αξιοποιεί τους συντελεστές παραγωγής (εργασία, κεφάλαιο, γνώση, τεχνολογία κ.λπ.), προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες, με σκοπό τη διάθεσή τους μέσω του μηχανισμού της αγοράς στους καταναλωτές.

Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί λειτουργούν και αναπτύσσονται μέσα σε ένα περιβάλλον με το οποίο βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση. Συνεπώς, βασική προϋπόθεση επιβίωσής τους είναι η παρακολούθηση και η προσαρμογή τους στις εξελίξεις και τις αλλαγές που συμβαίνουν στο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό, τεχνολογικό, πολιτικό, οικολογικό περιβάλλον.

Ζούμε πλέον σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από συνεχείς και ταχύτατες αλλαγές. Τα επιτυχημένα στελέχη είναι υποχρεωμένα να παρακολουθούν συστηματικά τις σημαντικές αυτές εξελίξεις και να τους παίρνουν σοβαρά υπόψη τους κατά τη λήψη αποφάσεων και την άσκηση της διοίκησης.

Οι πιο σημαντικές από τις σύγχρονες τάσεις της οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων και οργανισμών είναι:

- Έμφαση στην αξιοποίηση των ανθρώπων με την ανάπτυξη, τη συμμετοχή, την παρακίνηση και την ομαδική συνεργασία.
- Προσανατολισμός προς την εξυπηρέτηση των πελατών και την

ποιότητα, με την ανάπτυξη των σχετικών συστημάτων διοίκησης και της σχετικής εταιρικής παιδείας (κουλτούρας).

- Απλές, λιτές και ρευστές οργανωτικές δομές, ώστε να επιτυγχάνεται η ευελιξία, το χαμηλό κόστος και η γρήγορη ανταπόκριση στις απαιτήσεις του περιβάλλοντος.
- Έμφαση στην ανάπτυξη της εταιρικής κουλτούρας (παιδείας) και των εταιρικών οραμάτων.
- Ανάπτυξη των ηγετικών ικανοτήτων και συμπεριφορών των στελεχών.
- Έμφαση στην συνεχή μάθηση και τη διαχείριση της γνώσης.
- Ανάπτυξη της στρατηγικής σκέψης, της επιχειρηματικότητας και της δημιουργικότητας.

Οι αξίες που αποτελούν ουσιαστικά μια φιλοσοφία και ένα σύστημα οργάνωσης και διοίκησης, ώστε να επιτυγχάνεται η υψηλή ποιότητα σε όλες τις λειτουργίες, συμπεριφορές, προϊόντα και υπηρεσίες μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού είναι:

- Η ποιότητα των προϊόντων – υπηρεσιών και η εξυπηρέτηση των πελατών πρέπει να είναι βασική επιδίωξη όλων όσοι εργάζονται σε μια επιχείρηση – οργανισμό.
- Όλα τα πράγματα στην επιχείρηση πρέπει να γίνονται σωστά την πρώτη φορά. Τα λάθη πρέπει να είναι μηδενικά.
- Η ποιότητα των προϊόντων - υπηρεσιών και η εξυπηρέτηση των πελατών απαιτούν να υπάρχει ποιότητα παντού, σε όλους τους τομείς ή δράσεις της επιχείρησης.
- Η ποιότητα συνδέεται άμεσα με την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και κατά συνέπεια το περιεχόμενό της προσδιορίζεται από το πως οι πελάτες το αντιλαμβάνονται.

Στην πράξη οι πιο πάνω αξίες, εφαρμόζονται με:

- Την εκπαίδευση και την ανάπτυξη των γνώσεων, των ικανοτήτων και κυρίως της νοοτροπίας των εργαζομένων, ώστε να εξασφαλίζονται οι συμπεριφορές που απαιτεί η ποιότητα και η εξυπηρέτηση των πελατών.
- Τη δημιουργία τέτοιων διαδικασιών, συστημάτων και λειτουργιών δράσης που εξασφαλίζουν την ποιότητα (π.χ. ISO - σύστημα πιστοποίησης εφαρμογής διαδικασιών εξασφάλισης της ποιότητας).
- Τη δημιουργία ομάδων εργαζομένων οι οποίοι σε τακτά χρονικά διαστήματα και αφού προηγουμένως έχουν εκπαιδευτεί κατάλληλα, συσκέπτονται, με σκοπό να προτείνουν βελτιώσεις σε οτιδήποτε αφορά την εργασία τους, τα εργαλεία, τα υλικά, τις διαδικασίες, τις μεθόδους, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες κ.λπ.).

Η επιχείρηση που «μαθαίνει», αποτελεί τη σύγχρονη φιλοσοφία και πρακτική οργάνωσης και διοίκησης και χαρακτηρίζεται από:

- Κουλτούρα (νοοτροπία) και κλίμα συνεχούς μάθησης.
- Ανταλλαγή της γνώσης μεταξύ όλων των ανθρώπων.
- Συνεχείς βελτιωτικές αλλαγές, καινοτομίες.
- Δημιουργία γνώσης και διάχυση αυτής.
- Συστημική σκέψη, έμφαση στο μέρος και το όλο,
- Συνεχή παρακολούθηση και προσαρμογή στο περιβάλλον και
- Συνεχή εκπαίδευση και ανάπτυξη των ανθρώπων.

Όσον αφορά τις ανθρώπινες σχέσεις στην εργασία, εννοούμε τις σχέσεις που διέπονται από τον σεβασμό προς την ατομική προσωπικότητα, την αξιοπρέπεια και την αξία των ανθρωπίνων όντων.

Οι διοικήσεις των επιχειρήσεων παλαιότερα ενδιαφέρονταν για

τον χειρισμό και την αποδοτική λειτουργία των μηχανημάτων, ενώ οι άνθρωποι ήταν έξω από τον κύκλο των ενδιαφερόντων των διοικήσεων.

Η εφαρμογή των ανθρώπινων σχέσεων μέσα στον εργασιακό χώρο, βοήθησε τους εργαζόμενους να αποκτήσουν τις αναγκαίες και κατάλληλες γνώσεις, για να μπορούν να αντιμετωπίζουν σωστότερα τα διάφορα θέματα ή τα προβλήματα που παρουσιάζονται.

Η εφαρμογή των ανθρώπινων σχέσεων μέσα στον εργασιακό χώρο, καθορίζει μεθόδους και τεχνικές επαφών, επικοινωνίας, συνεννοήσεως, συνεργασίας των ανθρώπων, διοικούντων – προϊσταμένων – στελεχών και υφισταμένων για τη συνεκτική συνύπαρξή τους στην εργασιακή κοινότητα.

Επίσης οι ανθρώπινες σχέσεις συμβάλλουν στη βελτίωση των όρων εργασίας και των συνθηκών συνεργασίας του ανθρώπινου στοιχείου μέσα στους εργασιακούς χώρους.

