

University of Macedonia
Masters in Information Systems
Informatics & Telematics Strategies
Professor: A. A. Economides

Strategies of Broadband Network Companies
in Greece



Eleni Kontaroudis A.M. 29/06

June, 2007

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
ΠΜΣ Πληροφοριακά Συστήματα
Στρατηγικές Πληροφορικής & Τηλεματικής
Καθηγητής: Α. Α. Οικονομίδης

Στρατηγικές Επιχειρήσεων Ευρυζωνικών Δικτύων
στην Ελλάδα



Ελένη Κονταρούδη, Α. Μ. 29/06

Ιούνιος , 2007

Abstract

This paper introduces us to two instances of Greek companies, who activate themselves in the informatics area. More specifically, one of the companies that are introduced is FORTHNET. FORTHNET is one of the most dynamically developing Greek companies in the Technological and Internet sector. The company's goals, products and services, the social contribution and the strategy are analyzed. The second company that is introduced is INTRACOM-TELECOM, a company that has expanded its activities beyond Greece. There is a report about the company's human resources and the importance of them, the company's products and services and strategy. After this, there is a contrast between the two companies' strategies and best practices of other companies. At the ending, there is the conclusion of this paper.

Περίληψη

Στη συγκεκριμένη εργασία παρουσιάζονται δύο περιπτώσεις ελληνικών εταιρειών, οι οποίες δραστηριοποιούνται στο χώρο της πληροφορικής. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται η FORTHNET μία δυναμικά εξελισσόμενη εταιρεία, που έχει ως κύριο αντικείμενο της το χώρο των τηλεπικοινωνιών και το Internet. Αναλύονται, οι στόχοι της, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τα οποία παρέχει, η κοινωνική της συνεισφορά καθώς και η στρατηγική την οποία ακολουθεί προκειμένου να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί της στόχοι. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η INTRACOM-TELECOM, μία εταιρεία η οποία έχει επεκτείνει τις δραστηριότητές της και εκτός της ελληνικής επικράτειας. Παρουσιάζονται οι στόχοι της, η έμφαση που δίνει στο ανθρώπινο δυναμικό της, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει στους πελάτες της καθώς και η στρατηγική της. Ακολούθως, γίνεται η σύγκριση των στρατηγικών των δύο ελληνικών εταιρειών. Μετά παρουσιάζονται ορισμένες πρακτικές τις οποίες ακολουθούν άλλες εταιρείες, οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα. Τελικά, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα αυτής της εργασίας.

Contents

1. Abstract	3
2. Introduction	6
3. Forthnet	7
1. About Forthnet	7
2. Forthnet's History	8
3. Forthnet's environment	9
4. Forthnet's objective goal	10
5. Forthnet's strategy	10
6. Porter's strategy and Forthnet	11
7. Forthnet's products and services	12
8. Research and Development	13
9. Forthnet's social contribution	13
10. Retail sale chains	14
11. Book references	15
4. Intracom-Telecom	16
1. About Intracom-Telecom	16
2. Intracom-Telecom's History	17
3. Intracom-Telecom's environment	18
4. Intracom-Telecom's objective goal	18
5. Intracom-Telecom's strategy	19
6. P.Miles and C.Snow's strategy and Intracom-Telecom	20
7. Intracom-Telecom's products and services	21
8. Intracom-Telecom's market sectors	21
9. Research and Development	21
10. Intracom-Telecom's social contribution	22
11. Book references	23
5. Contrast between Forthnet's and Intracom's strategies	24
5.1 Book references	25
6. Best practices	
6.1 Japan	
6.1.1 Fujitsu company	26
6.1.2 City Telecom	26
6.2. America	
6.2.1 Verizon Communications	27
6.2.2 AT&T	27
6.3 Europe	27
6.3.1 Deutsche Telecom	27
6.4 Worldwide	28
6.4.1 Digital Telecommunications	28
6.4.2 Sasken Communication Technologies	28
7. Conclusion	29
8. Book references	30

Περιεχόμενα

1.Περίληψη	3
2. Εισαγωγή	6
3 Forthnet	7
1. Λίγα λόγια για τη Forthnet	7
2. Ιστορία της Forthnet	8
3. Περιβάλλον της Forthnet	9
4. Αντικειμενικός σκοπός της Forthnet	10
5. Στρατηγική της Forthnet	10
6. Η στρατηγική του Porter και η Forthnet	11
7. Προϊόντα και υπηρεσίες της Forthnet	12
8. Έρευνα και ανάπτυξη	13
9. Κοινωνική προσφορά της Forthnet	13
10. Σημεία πώλησης	14
11. Βιβλιογραφικές αναφορές	15
4. Intracom-Telecom	16
1. Λίγα λόγια για την Intracom-Telecom	16
2. Ιστορία της Intracom-Telecom	17
3. Περιβάλλον της Intracom-Telecom	18
4. Αντικειμενικός σκοπός της Intracom-Telecom	18
5. Η στρατηγική της Intracom-Telecom	19
6. Η στρατηγική P.Miles και C.Snow και η Intracom-Telecom	20
7. Προϊόντα και υπηρεσίες της Intracom-Telecom	21
8. Έρευνα και ανάπτυξη	21
9. Τομείς αγοράς της Intracom-Telecom	21
10. Κοινωνική προσφορά της Intracom-Telecom	22
11. Βιβλιογραφικές αναφορές	23
5.Σύγκριση μεταξύ των στρατηγικών της Forthnet και της Intracom-Telecom	24
5. 1. Βιβλιογραφικές αναφορές	25
6.Best practices	
6.1 Ιαπωνία	
6.1.1 Η εταιρεία Fujitsu	26
6.1.2 City Telecom	26
6.2. America	
6.2.1 Verizon Communications	27
6.2.2 AT&T	27
6.3 Ευρώπη	27
6.3.1 Deutsche Telecom	27
6.4 Κόσμος	28
6.4.1 Digital Telecommunications	28
6.4.2 Sasken Communication Technologies	28
7. Επίλογος- συμπεράσματα	29
8. Βιβλιογραφία	30

2. Εισαγωγή

Κάθε εταιρεία μπορεί να θεωρηθεί ως η συνεργασία ατόμων με κοινούς στόχους για τη διενέργεια επιτυχημένων και κερδοφόρων συναλλαγών με το περιβάλλον. Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία των συναλλαγών αυτών αποτελεί ο αποτελεσματικός σχεδιασμός τους, ο οποίος πραγματοποιείται με βάση ένα συγκεκριμένο στρατηγικό σχέδιο, που έχει ως σκοπό την εξισορρόπηση των δυνάμεων και των αδυναμιών του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης με τις ευκαιρίες και απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος, με τρόπο που η επιχείρηση να απολαμβάνει ένα διαρκές πλεονέκτημα ως προς τους υπόλοιπους ανταγωνιστές. Η στρατηγική επομένως, αποτελεί μία συγκεκριμένη προσέγγιση με την οποία η διοίκηση μίας επιχείρησης προβαίνει σε ενέργειες, οι οποίες υποστηρίζουν την επίτευξη ορισμένων σκοπών καθώς και την επίλυση των προβλημάτων που προκύπτουν από την προσπάθεια αυτή.

3. Η Εταιρία Forthnet



3.1 Λίγα λόγια για την εταιρεία:

Η « Ελληνική Εταιρεία Τηλεπικοινωνιών και Τηλεματικών Εφαρμογών Forthnet Α. Ε.», ιδρύθηκε τον Οκτώβρη του 1995 από το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας και τις Μινωικές Γραμμές Α.Ν.Ε. Σήμερα είναι μία από τις δυναμικότερα αναπτυσσόμενες ελληνικές εταιρείες στον χώρο των τηλεπικοινωνιών και του Internet.

Τα ίδια κεφάλαια της Forthnet Α.Ε. ανέρχονται σε 50 εκατομμύρια ευρώ. Στη μετοχική σύνθεση της εταιρίας συμμετέχουν σήμερα η NOVATOR EQUITIES LTD με 16,69%, το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (Ι.Τ.Ε) με 11,45%, το CYCLADIC CATALYST MASTER FUND με 8,19%, η CYRTE INVESTMENTS GP με 7,33%, η DIT DEUTSCHER INVESTMENT-TRUST GESELLSCHAFT FUER WERTPAPIERANLAGEN MBH με 4,37% και η NORDEA BANK DANMARK A/S – COLLECTIVE CLIENTS A/C με 4,32%.

3.2 Ιστορική πορεία της forthnet:

- ✚ 2005 Το Μάιο του 2005 τα σημεία ασύρματης πρόσβασης ευρείας ζώνης της forthnet έφτασαν τα 50. Στο πλαίσιο της δομής των τηλεπικοινωνιών και υπηρεσιών, η εταιρεία δεσμεύτηκε τη δημιουργία ενός νέου Fixed Wireless Access base στη Θεσσαλονίκη, τον Απρίλιο. Το Φεβρουάριο, η forthnet κατόρθωσε μία σημαντική αναβάθμιση στις υπηρεσίες διαδικτύου με διεθνή διασύνδεση χωρητικότητας 1395 Mbps, διαμέσου 9 κυκλωμάτων.
- ✚ 1999 Περισσότερα από 75 POPs . Τον Οκτώβριο η forthnet έχει 46 Mbps διεθνή χωρητικότητα, διαμέσου δορυφορικού δικτύου 34 Mbps.
- ✚ 1998 Περισσότερα από 60 POPs. Η εταιρεία αναβαθμίζει τη διεθνή γραμμή διασύνδεσης (MCI) δημιουργώντας μία συνολική διεθνή σύνδεση διαδικτύου με χωρητικότητα 4 Mbps.
- ✚ 1997 Περισσότερα από 30 σημεία παρουσίας της forthnet στην Ελλάδα. Η διεθνής σύνδεση της έχει χωρητικότητα 2 Mbps.
- ✚ 1996 Σημεία παρουσίας της forthnet (POPs) στην Καβάλα, την Κέρκυρα και άλλα μέρη της Ελλάδας.

3.3 Το περιβάλλον της εταιρείας:

Το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί η Forthnet, όπως και κάθε άλλη εταιρεία που δραστηριοποιείται σε θέματα τεχνολογίας, αλλάζει συνεχώς και γρήγορα.

Θα συνεχίσουμε την ανάλυση του περιβάλλοντος της Forthnet, διακρίνοντάς το σε εξωτερικό και εσωτερικό.

- Εξωτερικό περιβάλλον: Το εξωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει τις συνθήκες και τις τάσεις της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση και διακρίνεται σε γενικό και ειδικό.

Γενικό περιβάλλον: Το γενικό περιβάλλον της Forthnet χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα και κρύβει απειλές, καθώς εξαιτίας της τεχνολογίας η ανταγωνιστική της θέση επηρεάζεται από τις γρήγορες εξελίξεις τόσο στα προϊόντα και τις υπηρεσίες τα οποία παρέχει, όσο και στον τρόπο με τον οποίο τα δημιουργεί.

Προκειμένου να βελτιώνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της καθώς και να είναι σε θέση να αντιδράσει γρήγορα σε περίπτωση εισαγωγής βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών από ανταγωνιστές της η Forthnet επενδύει σημαντικά ποσά ετησίως στο τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D), το οποίο και θα αναλυθεί στη συνέχεια.

Κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον: Το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον, συντίθεται από τις αξίες, τη νοοτροπία, τα έθιμα και τα πιστεύω της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η ελληνική επικράτεια.

Για το λόγο αυτό η Forthnet, έχει να επιδείξει μία σημαντική κοινωνική προσφορά, η οποία και αυτή θα αναλυθεί στη συνέχεια.

Νομοθετικό περιβάλλον: Είναι οι νόμοι που ψηφίζονται και ισχύουν στην Ελλάδα και οριοθετούν τη δράση της Forthnet. Σε γενικές γραμμές, ο κλάδος της πληροφορικής στην Ελλάδα εξακολουθεί να λειτουργεί με παραδοσιακούς κανονισμούς οι οποίοι ισχύουν για το σύνολο της οικονομίας και αποδεικνύονται ανεπαρκείς.

Για το λόγο αυτό η Forthnet, διαθέτει νομικό τμήμα το οποίο διαχειρίζεται αυτές τις υποθέσεις.

- Εσωτερικό περιβάλλον: Το εσωτερικό περιβάλλον αποτελεί την οργανωσιακή κουλτούρα μίας εταιρείας. Οργανωσιακή κουλτούρα είναι το σύστημα αξιών που επικρατεί μέσα στη Forthnet ή σε οποιαδήποτε εταιρεία.

Για τη Forthnet, το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί τον κινητήριο μοχλό στην προσπάθεια που καταβάλλει για συνεχή πρόοδο και ανάπτυξη. Για το λόγο αυτό καταβάλλει προσπάθειες για τη δημιουργία ευχάριστου και δημιουργικού περιβάλλοντος εργασίας και την παροχή σημαντικής προοπτικής καριέρας στα στελέχη της.

Η εταιρεία, μεθοδικά, με έμφαση στην ποιότητα και την αποδοτική αξιοποίηση του πολύτιμου χρόνου των εργαζομένων, αναπτύσσει και υλοποιεί προγράμματα που μετατρέπουν τα στελέχη της στο αληθινά ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

Για την εξέλιξη και τη σωστή κατάρτιση των εργαζομένων του η **Forthnet** δε διστάζει να δαπανά ένα αρκετά μεγάλο ποσό των εσόδων της για την πραγματοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

3.4 Αντικειμενικός σκοπός της εταιρείας:

Αντικειμενικός σκοπός είναι το τελικό σημείο στο οποίο θέλει να φτάσει μία οργάνωση, ο λόγος για τον οποίο έχει δημιουργηθεί δηλαδή. Ο βαθμός στον οποίο η εταιρεία πετυχαίνει τον αντικειμενικό της σκοπό, αποτελεί και το βαθμό αποτελεσματικότητάς της. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι σαφώς προσδιορισμένος.

Στην προκειμένη περίπτωση, βλέπουμε ότι η Forthnet, έχει ως βασικό σκοπό την διατήρηση ισχυρών δεσμών με τους πελάτες της και η παροχή σε αυτούς ικανοποιητικών λύσεων στις ανάγκες τους. Επιθυμία και κύριο μέλημα όλων της forthnet είναι να ικανοποιούνται άμεσα και αποτελεσματικά οι ανάγκες των πελατών τους αξιοποιώντας τη σύγχρονη τεχνολογία και προσφέροντας ολοκληρωμένες υπηρεσίες και λύσεις.

Ασφαλώς, όμως και η μεταβλητή του κέρδους αποτελεί κινητήριο δύναμη της εταιρείας, προκειμένου να ικανοποιηθούν οι μέτοχοι της.

3.5 Στρατηγική της Forthnet:

Προκειμένου να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί σκοποί της Forthnet, έχει αναπτύξει μία στρατηγική. Η στρατηγική, είναι σχεδιασμένες ενέργειες που θα αναπτύξει η Forthnet, προκειμένου αλληλεπιδρώντας με το περιβάλλον της, να επιτύχει τους σκοπούς της.

Είδαμε ότι αντικειμενικός σκοπός της Forthnet είναι η διατήρηση ισχυρών δεσμών με τους πελάτες της και η δυνατότητά της να τους παρέχει αυτό που θέλουν, όταν το θέλουν.

Για να πετύχει η εταιρεία αυτό το σκοπό, συνδυάζει την **τεχνογνωσία** που διαθέτει και την **εμπειρία** που έχει αποκτήσει όλα αυτά τα χρόνια, παρακολουθώντας ανελλιπώς τις παγκόσμιες εξελίξεις στο χώρο των τηλεπικοινωνιών και φροντίζοντας να προχωρούν σε επενδύσεις, ώστε να είναι σε θέση να καλύπτει κάθε απαίτηση εν τη γενέσει της ή ακόμη και να προβλέπει τις μελλοντικές ανάγκες των πελατών της.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της forthnet είναι η συστηματική επένδυση στην έρευνα και την ανάπτυξη, έχοντας ως αφετηρία των δραστηριοτήτων τους το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, το οποίο είναι το μεγαλύτερο ερευνητικό ίδρυμα στην Ελλάδα και ασχολείται με τα δικτυακά δρώμενα από το 1984.

Συνοψίζοντας, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η Forthnet θα ικανοποιεί τους πελάτες της με νέα προϊόντα και υπηρεσίες βασισμένα στο εξελεγμένο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης το οποίο διαθέτει.

3.6 Στρατηγική ανταγωνισμού κατά Porter:

Μελετώντας την περίπτωση της Forthnet, πιστεύω ότι ακολουθεί τη στρατηγική εστίασης σε τμήματα αγοράς, κατά Porter. Σύμφωνα με αυτήν τη θεωρία η εταιρεία εστιάζει σε μικρό τμήμα αγοράς με σκοπό να τον εξυπηρετήσει αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές της, είτε από άποψη τιμής είτε από άποψη διαφοροποίησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Η Forthnet εστιάζει το ενδιαφέρον της στην ικανοποίηση των αναγκών των νοικοκυριών και των ιδιωτικών επιχειρήσεων, δηλαδή σε ένα τμήμα της ελληνικής αγοράς.

Διαθέτει αρκετά πακέτα προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία έχουν ικανοποιητικότερες τιμές από ότι άλλων ανταγωνιστών, για να προσεγγίσει τα άτομα εκείνα τα οποία επηρεάζονται από τις διακυμάνσεις της τιμής, χωρίς να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα.

Με τον τρόπο αυτό, επιδιώκει να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της συμπιέζοντας το κόστος της συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της.

Επίσης, διαθέτει ποικιλία προϊόντων τα οποία είναι διαφοροποιημένα για να μπορούν να καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες. Είναι γνωστό πως όλοι δεν έχουν τις ίδιες ανάγκες, και για το λόγο αυτό υπάρχουν διαφορετικά προϊόντα. Επίσης μπορεί τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες να καλύπτουν την ίδια ανάγκη αλλά με διαφορετικό τρόπο.

Η Forthnet, παρέχει διαφοροποιημένα προϊόντα ή υπηρεσίες προκειμένου να προσεγγίσει τα άτομα τα οποία δεν δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην τιμή αλλά στην ποιότητα ή στην καινοτομία. Για το λόγο αυτό διαθέτει ένα ιδιαίτερα εξελιγμένο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.

3.7 Προϊόντα και υπηρεσίες:

Η Forthnet δραστηριοποιείται σε τρεις βασικούς τομείς :

- **Forthnet Internet:** Όσο αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για το διαδίκτυο η forthnet παρέχει υπηρεσίες πρόσβασης (Internet access services), ebusiness services και πληροφορικής (information services).
 - **2. Forthnet Fixed Telephony:** Η forthnet είναι η πρώτη ελληνική ιδιωτική εταιρεία που παρέχει τη δυνατότητα τηλεφωνικών κλήσεων από οποιοδήποτε σημείο της Ελλάδας σε πολύ οικονομικές τιμές.
 - **3. Forthnet Telecom:** Παρέχεται η δυνατότητα υποστήριξης δικτύων με μεγάλες ταχύτητες και υψηλής χωρητικότητας.
- ✚ LMDS είναι η εναλλακτική λύση στην broadband πρόσβαση για τις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες. Το LMDS είναι ένα ασύρματο ψηφιακό κύκλωμα το οποίο υποστηρίζει υψηλή χωρητικότητα που βελτιώνει την ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία παρέχοντας ασφάλεια, αξιοπιστία και υψηλό επίπεδο τεχνολογικής υποστήριξης από τη forthnet.
- ✚ Frame Relay Η αξιόπιστη και οικονομική υπηρεσία δικτύωσης για τη δημιουργία ιδιωτικών επιχειρησιακών δικτύων.
- ✚ MPLS VPN Ευέλικτη συνδεσιμότητα από τα IP VPN συνδυασμένα με την ασφάλεια, την ιδιαιτερότητα και την ποιότητα του Frame Relay και των ATM υπηρεσιών.
- ✚ FORTHNET 1 LINK Ένα πακέτο το οποίο έχει ειδικά ελκυστικές τιμές.
- ✚ FORTHNET DIRECT LINK Χρησιμοποιώντας την τεχνολογία VoIP, διαμέσου μισθωμένης γραμμής, οι εταιρίες μπορούν να κάνουν τις τηλεφωνικές τους κλήσεις από οποιοδήποτε σημείο της Ελλάδας χωρίς επιπλέον χρεώσεις και επενδύσεις σε τεχνολογικό εξοπλισμό.
- ✚ FORTHNET INTERNET LEASED LINE Προσφέρει υψηλής απόδοσης συνδεσιμότητα υπηρεσία διαδικτύου για κρίσιμες επιχειρησιακές εφαρμογές.
- ✚ MANAGED SERVICES

- ✚ FORTHNET IPLS Ένα κύκλωμα ιδιωτικής γραμμής point to point, το οποίο επιτρέπει τη μετάδοση δεδομένων για τις επιχειρήσεις από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη, με υψηλή ασφάλεια και αξιοπιστία.

3.8 Researches and Development (R&D)

Το τμήμα αυτό της forthnet στοχεύει στην γρήγορη και αποτελεσματική οικειοποίηση της forthnet με τις νέες τεχνολογίες και τις καινοτομίες του διαδικτύου και των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών μεταφέροντας το know how στην επιχείρηση. Χρησιμοποιούνται γνώσεις και εμπειρία σε open source τεχνολογίες, οι οποίες είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη χαμηλού κόστους ανοιχτού και ποιοτικού λογισμικού, πράγμα το οποίο πραγματεύεται η forthnet.

Το τμήμα R&D βασίζεται στο Science & Technology Park of Crete το οποίο αποτελεί κύτταρο για τις δραστηριότητες έρευνας. Με αυτό τον τρόπο, υπάρχει πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες και δυνατότητα συνεργασίας με ομάδες έρευνας.

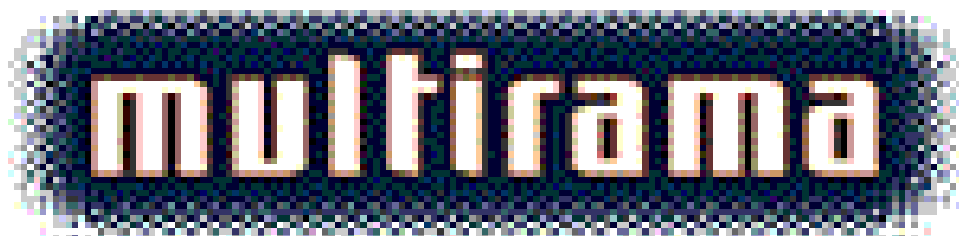
Η κατεύθυνση του τμήματος αυτού είναι στην ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς. Οι επιμέρους δραστηριότητες του τμήματος αυτού είναι:

- ✚ Σχεδιάζει, υλοποιεί και διαχειρίζεται έργα έρευνας και τεχνολογίας.
- ✚ Συνεργάζεται με ερευνητικούς οργανισμούς, ιδρύματα και άλλες εταιρίες από την Ελλάδα και το εξωτερικό.
- ✚ Αξιοποιεί κατάλληλα πηγές από εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα.
- ✚ Συμμετέχει σε διεθνή τεχνολογικά φόρουμ.
- ✚ Χρησιμοποιεί μεθόδους για τη συνεχή εκπαίδευση του ανθρωπίνου δυναμικού στις νέες τεχνολογίες.
- ✚ Έχει αναπτύξει το services billing and provisioning management system.
- ✚ Διαχειρίζεται θέματα δικτύου(network management, operation support systems)
- ✚ Έχει αναπτύξει εφαρμογές σε θέματα τηλεματικής σε τομείς τουρισμού και μεταφορών, υγείας, εκπαίδευσης από απόσταση, ασφαλούς internet και electronic commerce.
- ✚ Έχει πιστοποιητικό του ELOT EN ISO 9001:2000 στον τομέα του Project management.

3.9 Κοινωνική ευθύνη της forthnet

Από τη σύσταση της, η forthnet έχει επιδείξει έντονο ενδιαφέρον στον κοινωνικό και πολιτιστικό τομέα. Διαθέτοντας όλους τους απαραίτητους πόρους, υποστηρίζει τον αθλητισμό (ποδόσφαιρο, καλαθοσφαίριση, πετοσφαίριση, υδατοσφαίριση, κ.τ.λ.), την κοινωνία (AMEA, Hellenic Cancer Society, Arktouros κ.τ.λ.), καθώς και την εκπαίδευση. Ο απώτερος στόχος της προσπάθειας αυτής, είναι η συνεισφορά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του κοινωνικού συνόλου.

3.10 Σημεία πώλησης (λιανικής):





3.11 Βιβλιογραφικές αναφορές:

- <http://www.forthnet.gr/thecompany/ourprofile> Αναφέρονται γενικότερα στοιχεία για την εταιρεία και χαρακτηριστικά της.
- <http://www.forthnet.gr/productsandservices> Περιγραφή των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η εταιρεία.
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/history> Ιστορική αναδρομή και πορεία της forthnet
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/researchanddevelopment> Εκτενής αναφορά στις ερευνητικές δραστηριότητες του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας.
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/ourprofile/socialcontribution> Περιγράφεται η κοινωνική προσφορά της forthnet.
- <http://forthnet.gr/thecompany/pointsofsale/retailsalechains> Αναφέρονται τα σημεία λιανικής πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών της.
- <http://forthnet.gr/thecompany/ourprofile/strategy> Περιγράφεται η στρατηγική της εταιρείας.
- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 335
- Στέλλα Ξηροτήρη-Κουφίδου, Οργανωσιακή Θεωρία, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, 1998 Σελίδες 67 – 89

4 Η εταιρεία INTRACOM TELECOM



4.1 Λίγα λόγια για την εταιρεία :

Η INTRACOM TELECOM είναι ένας κορυφαίος περιφερειακός κατασκευαστής τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και παγκόσμιος προμηθευτής λύσεων και επαγγελματικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα είναι η μεγαλύτερη πολυεθνική εταιρεία παροχής και ολοκλήρωσης τηλεπικοινωνιακών προϊόντων, λύσεων και υπηρεσιών.

Έχει πάνω από 100 πελάτες σε περισσότερες από 50 χώρες που επιλέγουν την INTRACOM TELECOM για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας και λύσεις ειδικά προσαρμοσμένες στις ανάγκες τους.

Από τον Ιούνιο του 2006, ελέγχεται από την JSC SITRONICS.

Έχει αποδεδειγμένα επιτυχημένη πορεία και εμπειρία τριών δεκαετιών στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό.

Επικεντρώνεται στις αγορές της Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής.

Η INTRACOM TELECOM έχει σημαντική διεθνή δραστηριότητα, με εξαγωγές άνω του 65% του ετησίου κύκλου εργασιών και θυγατρικές σε 12 χώρες.

4.2 Ιστορική αναδρομή:

- ✚ 2005-2006 Τον Ιούνιο του 2006 η εταιρεία εξαγοράζεται από την JSC SITRONICS. Η INTRACOM μετασχηματίζεται σε εταιρεία συμμετοχών.
- ✚ 2004 Η εταιρεία αναδιοργανώνεται και εφαρμόζει νέα πολιτική και στρατηγική ανάπτυξης. Είναι εμφανής ο προσανατολισμός στην παροχή λύσεων στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή. Οι τομείς των αγορών στις οποίες απευθύνεται είναι οι τηλεπικοινωνίες, η δημόσια διοίκηση, οι τράπεζες και οι επιχειρήσεις και η άμυνα.
- ✚ 1989-1996 Η εταιρεία εξελίσσεται στη μεγαλύτερη ελληνική βιομηχανία τηλεπικοινωνιών και συστημάτων πληροφορικής. Το 1990 εισάγεται στο Χ.Α., προλαιάνει το έδαφος για τη διεθνή δραστηριοποίηση της.
- ✚ 1986 Είναι η χρονιά που η εταιρεία προκρίνεται να συμμετάσχει στην αναβάθμιση του εθνικού τηλεπικοινωνιακού δικτύου της Ελλάδας.
- ✚ 1977-1982 Η εταιρεία, ξεκινώντας σε ένα μικρό κτίριο στην Αργυρούπολη, σχεδιάζει και αναπτύσσει προϊόντα και συστήματα εξειδικευμένων τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών.

4.3 Περιβάλλον της INTRACOM-TELECOM:

Εξωτερικό περιβάλλον:

Γενικό περιβάλλον: Η τεχνολογία παίζει σημαντικό ρόλο σε τούτη την εταιρεία. Η εταιρεία όπως και κάνει είναι υποχρεωμένη να επενδύει υψηλά ποσά στην έρευνα και την ανάπτυξη για να μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των πελατών της. Η INTRACOM-TELECOM, δραστηριοποιείται και εκτός ελλαδικού χώρου και για το λόγο αυτό θα πρέπει να έχει ένα περισσότερο βαθμό εγρήγορσης από τη Forthnet. Επίσης σαν μεγαλύτερη εταιρεία που είναι έχει τη δυνατότητα να επενδύει μεγαλύτερα ποσά.

Κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον: Η INTRACOM-TELECOM, έχει επεκτείνει τις δραστηριότητες της και εκτός ελληνικής επικράτειας. Κάθε χώρα έχει τις δικές τις αξίες και πολύ περισσότερο κάθε κοινωνική ομάδα στην οποία αναφέρεται η εταιρεία. Για το λόγο η εταιρεία έχει αναπτύξει ένα πολύ ενδιαφέρον κοινωνικό έργο.

Νομοθετικό περιβάλλον: Κάθε χώρα, έχει το δικό της σύστημα κανονισμών για τον κλάδο της πληροφορικής. Σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε όμως ότι το σύνολο των κανόνων δεν είναι αρκετά αναπτυγμένο. Τα νομικά θέματα τα διαχειρίζεται το νομικό τμήμα της εταιρείας.

Εσωτερικό περιβάλλον :

Η INTRACOM-TELECOM καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες έτσι ώστε να προσφέρει ένα ικανοποιητικό περιβάλλον στους εργαζόμενους της. Με τον τρόπο αυτό, προσπαθεί να τους κάνει να ενστερνιστούν το όραμα της εταιρείας, να ταυτιστούν οι στόχοι τους και να εργάζονται με μεγαλύτερη θέληση και όρεξη. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρεία είναι σε θέση να προχωράει μπροστά.

4.4 Αντικειμενικοί σκοποί:

Το σύνολο των τηλεπικοινωνιακών προϊόντων και λύσεων που προσφέρει η INTRACOM TELECOM έχει στόχο την κάλυψη των τμημάτων εκείνων της αγοράς που παρουσιάζουν παγκοσμίως τη μεγαλύτερη ανάπτυξη και ζήτηση, όπως:

ευρυζωνικά δίκτυα (ενσύρματα και ασύρματα)

παροχή περιεχομένου φωνής-δεδομένων-βίντεο

Επίσης, η INTRACOM-TELECOM, προσπαθεί να διατηρήσει το καλό της όνομα , το οποίο έχει χτίσει με την 29-χρονη πορεία της στο χώρο.

Άλλο σημείο, το οποίο προσπαθεί να διασφαλίσει η εταιρεία είναι τα κέρδη της προκειμένου να ικανοποιηθούν οι μέτοχοί της.

4.5 Στρατηγική της INTRACOM-TELECOM:

Η INTRACOM TELECOM εστιάζει στρατηγικά στις τηλεπικοινωνιακές αγορές της Νοτιανατολικής Ευρώπης, της Μέσης ανατολής και της Βόρειας Αφρικής. Περισσότεροι από 40 τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί στην περιοχή έχουν επιλέξει τα προϊόντα, τις λύσεις και τις υπηρεσίες της INTRACOM TELECOM για την εξυπηρέτηση των καθημερινών επιχειρησιακών τους αναγκών.

Η INTRACOM TELECOM, αξιοποιώντας την 29-ετή επιτυχημένη πορεία της και τη σημαντική διεθνή παρουσία που έχει σε 12 χώρες, είναι σε θέση να ωφεληθεί από μια ένα περίοδο ανάπτυξης στις αγορές που δραστηριοποιείται. Η τοπική παρουσία που διαθέτει στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή και η αποδεδειγμένη ικανότητά της στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και την επιτυχή υλοποίηση έργων συνιστούν σημαντικά και μοναδικά πλεονεκτήματα στη σχετικά υπό-εξυπηρετούμενη αυτή αγορά.

Το μέγεθος μιας εταιρίας και η εμπειρία σε έργα μεγάλης κλίμακας αποτελούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την εξασφάλιση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε έναν χώρο που διακρίνεται για την αυξημένη τεχνική πολυπλοκότητά του, δεδομένου ότι οι πελάτες δείχνουν την προτίμησή τους σε διεθνώς αναγνωρισμένους προμηθευτές οι οποίοι παρέχουν ένα ευρύ φάσμα λύσεων που να καλύπτουν όλες τους τις απαιτήσεις.

Το προφίλ της INTRACOM TELECOM ως μίας ανεξάρτητης εταιρίας ολοκλήρωσης συστημάτων με εμπειρία σε ένα ευρύ φάσμα τεχνολογιών την καθιστά ιδανικό εταίρο για πελάτες με ετερογενή εγκατεστημένη βάση συστημάτων και δικτύων.

Καθώς η πελατειακή πίστη, η εξασφάλιση εσόδων και η παροχή νέων και προηγμένων υπηρεσιών καθίστανται υψίστης σημασίας στόχοι για τους τηλεπικοινωνιακούς φορείς, η INTRACOM TELECOM αναμένει αύξηση στον όγκο των επιχειρηματικών της συμφωνιών για την παροχή ολοκληρωμένων λύσεων. Επιπλέον, η INTRACOM TELECOM αναμένει αύξηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων μέσω των στρατηγικών συμμαχιών που διατηρεί με διεθνώς καταξιωμένους κατασκευαστές τεχνολογίας.

Οι αναλυτές της αγοράς προβλέπουν ότι οι τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί, ακολουθώντας εξελίξεις που χαρακτηρίζουν άλλες αγορές θα καλύπτουν μελλοντικά όλο και περισσότερο τις ανάγκες τους από τρίτους προμηθευτές, όπως την INTRACOM TELECOM, για την προμήθεια ενός μεγάλου εύρους υπηρεσιών που δεν σχετίζονται με την καθαυτή επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Τέτοιες υπηρεσίες είναι η τεχνική υποστήριξη πληροφοριακών και τηλεπικοινωνιακών συστημάτων, η διαχείριση λειτουργίας δικτύων και άλλων εσωτερικών διαδικασιών, η παροχή επιχειρηματικών εφαρμογών με τη μορφή εξωτερικής υπηρεσίας κ.ά. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους οργανισμούς να επικεντρώσουν τη δράση τους περισσότερο στον τομέα της βασικής επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Η INTRACOM TELECOM είναι ήδη σε θέση να ωφεληθεί από το αναμενόμενο αυτό κύμα ανάθεσης εργασιών σε τρίτους (outsourcing) που θα αρχίσει να χαρακτηρίζει σύντομα τη λειτουργία των τηλεπικοινωνιακών εταιριών.

4.6 Στρατηγική κατά P.Miles και C.Snow:

Μελετώντας την περίπτωση της INTRACOM-TELECOM, πιστεύω ότι η εταιρεία ακολουθεί τη στρατηγική ανάληψης κινδύνου κατά P. Miles και C. Snow. Ο τύπος της στρατηγικής αυτός βασίζεται στη λογική ότι τα διευθυντικά στελέχη τείνουν να διαμορφώνουν στρατηγικές που ταιριάζουν στο εξωτερικό περιβάλλον. Έτσι, προσπαθούν να ταιριάζουν τα εσωτερικά χαρακτηριστικά της εταιρείας, τη στρατηγική και το εξωτερικό περιβάλλον.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η INTRACOM-TELECOM επιζητεί την καινοτομία, τον κίνδυνο, την εκμετάλλευση νέων ευκαιριών και την ανάπτυξη. Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε ένα περιβάλλον το οποίο είναι δυναμικό, οπότε ο τύπος της στρατηγικής αυτός είναι απαραίτητος αφού ενέχει το στοιχείο της καινοτομίας.

Για να ανταποκριθεί σε αυτές τις απαιτήσεις η εταιρεία, είναι ευέλικτη και αποκεντρική, ενώ μέσω της οργανωσιακής της κουλτούρας ενθαρρύνονται οι εργαζόμενοι της να συνεισφέρουν στην εξέλιξη της.

4.7 Προϊόντα, λύσεις και υπηρεσίες:

Η INTRACOM TELECOM αναπτύσσει και παρέχει προϊόντα, λύσεις και επαγγελματικές υπηρεσίες κυρίως για τηλεπικοινωνιακούς φορείς και οργανισμούς και μεγάλες επιχειρήσεις. Οι κύριες δραστηριότητες περιλαμβάνουν :

Τηλεπικοινωνίες :

Ενσύρματη πρόσβαση, ασύρματη πρόσβαση, ασύρματη μετάδοση, διανομή πολυμεσικού περιεχομένου, τερματικές συσκευές, κοινόχρηστη τηλεφωνία, διαχείριση δικτύων

Λύσεις δικτύων :

Δίκτυα επόμενης γενιάς, ενσύρματες ευρυζωνικές συνδέσεις xDSL, ασύρματες ευρυζωνικές συνδέσεις, μετάδοση δεδομένων, δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, δίκτυα παροχής περιεχομένου, συστήματα προστιθέμενης αξίας και ευφυή δίκτυα, ασύρματη υποστήριξη δικτύων(backhauling), ανάπτυξη και ολοκλήρωση δικτύων, γραμμές φωνής/μισθωμένες στενής ζώνης, νέες τεχνολογίες, παρακολούθηση δικτύων, διαχείριση δικτύων και υπηρεσιών, τιμολόγηση και εξυπηρέτηση πελατών.

4.8 Τομείς αγορών:












Τα συστήματα και οι λύσεις που προσφέρει η εταιρεία απευθύνονται σε παραδοσιακούς και νέους εναλλακτικούς τηλεπικοινωνιακούς οργανισμούς. Τα προσφερόμενα συστήματα καλύπτουν ανάγκες μεταφοράς φωνής και δεδομένων σε δίκτυα δημόσιας διοίκησης, οργανισμούς κοινής ωφέλειας και ιδιωτικών επιχειρήσεων.




4.9 Research and Development (R&D):

Η INTRACOM TELECOM έχει να επιδείξει ένα σημαντικό και δραστήριο έργο επενδύοντας ετησίως ένα σημαντικό ποσό. Οι ερευνητικές και αναπτυξιακές δραστηριότητες στοχεύουν στην ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και λύσεων σε διεθνές επίπεδο για την ικανοποίηση μελλοντικών επιχειρηματικών αναγκών τηλεπικοινωνιακών οργανισμών και φορέων παροχής υπηρεσιών. Μέσω των έργων που υλοποιεί, των προηγμένων λύσεων που προσφέρει και των ερευνητικών και αναπτυξιακών της προγραμμάτων, η INTRACOM TELECOM ενδυναμώνει συνεχώς την εικόνα της ως μίας εταιρείας που παράγει καινοτομία.

Επενδύονται ετησίως 6-8% των εσόδων της εταιρείας στον τομέα R&D. Κατά την τελευταία πενταετία, η εταιρεία έχει συμμετάσχει σε περισσότερο από 100 ερευνητικά προγράμματα, ενώ έχει κατοχυρώσει σημαντικό αριθμό διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας σε διεθνές επίπεδο.

Στην εταιρεία απασχολείται ένας μεγάλος αριθμός άριστα καταρτισμένων επιστημόνων, ο οποίος στοχεύει στην ταχεία σχεδίαση και ανάπτυξη υψηλής ποιότητας προϊόντων και συστημάτων για την κάλυψη των επιχειρηματικών αναγκών των πελατών της. Μερικές από τις δραστηριότητες του τμήματος αυτού είναι :

-  VLSI / Microelectronics
-  Digital Signal Processing
-  RF Systems
-  Triple-play Content
-  Network Management Systems
-  Multimedia Systems
-  Satellite Applications
-  Operation & Business Support Systems
-  Lottery Systems
-  EMI/EMC System Design Certification
-  Instruments Calibration Center

-  Printed Circuit Boards
-  Broadband/Metropolitan/Fiber-optic /Wireless Networks
-  Internet & Web Application Development

Γενικότερα, μπορούμε να πούμε ότι η INTRACOM TELECOM επικεντρώνεται με εντατικό ρυθμό στην ανάπτυξη συστημάτων κυρίως στους τομείς : Content Delivery Networks, Microwave Transmission Systems, Network Devices και Operation and Business Support Systems.

4.10 Κοινωνική ευθύνη:

Η INTRACOM TELECOM είναι πιστοποιημένη με το πρότυπο Κοινωνικής Ευθύνης SA 8000. Το πρότυπο αυτό επιβεβαιώνει την ύπαρξη ενός άριστου και ασφαλούς εργασιακού περιβάλλοντος στο οποίο δε γίνονται διακρίσεις, παρέχονται ίσες ευκαιρίες σε όλους ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, εθνικότητας, αρτιμέλειας, θρησκείας κλπ., προασπίζονται τα συνδικαλιστικά δικαιώματα των εργαζομένων και τηρούνται οι κανόνες υγιεινής και ασφάλειας.

4.11 Βιβλιογραφικές αναφορές:

- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/intracom_telecom_glance.htm
Δίνεται μία πρώτη εντύπωση για την εταιρεία.
- <http://intracom-telecom.com/en/company/profile/history.htm> Γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στην ιστορία της εταιρείας.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/rd/r_d.htm Αναφορά στις δραστηριότητες και την έμφαση που δίνει η εταιρεία στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/corporate_social_resp.htm Αναφορά στην κοινωνική ευθύνη της εταιρείας.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/company_policy.htm Περιγραφή της εταιρικής πολιτικής.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/strategic_focus.htm Περιγραφή της στρατηγικής της INTRACOM TELECOM.
- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 335
- Στέλλα Ξηροτήρη-Κουφίδου, Οργανωσιακή Θεωρία, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, 1998 Σελίδες 67 – 89

5.1 Σύγκριση των στρατηγικών των ελληνικών εταιρειών

Το πρώτο σημείο το οποίο θα πρέπει να τονίσουμε, είναι ότι οι 2 εταιρείες αναφέρονται σε διαφορετικούς καταναλωτές. Η forthnet αναφέρεται κυρίως σε ιδιώτες, ενώ η INTRACOM TELECOM αναφέρεται σε τηλεπικοινωνιακούς παρόδους.

Ένα άλλο αξιοσημείωτο σημείο είναι ότι η forthnet δραστηριοποιείται κυρίως στον ελλαδικό χώρο, σε αντίθεση με την INTRACOM TELECOM, η οποία δραστηριοποιείται και σε άλλες γεωγραφικές περιοχές πέρα της ελληνικής επικράτειας.

Η forthnet παρέχει υπηρεσίες broadband network σε πολύ οικονομικές τιμές. Επίσης, έχουμε να επισημάνουμε ότι ο ανταγωνισμός στον κλάδο αυτό είναι ιδιαίτερα μεγάλος. Για το λόγο αυτό η forthnet ακολουθεί την τακτική μείωσης των τιμών, δηλαδή, θυσιάζει μέλος των κερδών της για να τιμολογεί χαμηλότερα αποτρέποντας την είσοδο των ανταγωνιστών στην αγορά της.

Ένα σημείο το οποίο τονίζεται στη στρατηγική της, είναι η δημιουργία ισχυρών δεσμών με τους πελάτες της και η διατήρησή τους. Για το λόγο αυτό συλλέγει και αναλύει δεδομένα της αγοράς από το διαδίκτυο. Η διεξαγωγή αυτή, κοστίζει πολύ λιγότερο στο διαδίκτυο από ότι μέσω συμβατικών καναλιών.

Ένας άλλος τρόπος τον οποίο, χρησιμοποιεί η εταιρεία για να αποκομίσει στοιχεία για τους πελάτες της είναι η προσφορά σε αυτούς διαφορετικών εκδοχών της ίδιας πληροφορίας. Για την υποστήριξη των δικτύων, παρέχει 8 διαφορετικές εκδοχές της ίδιας πληροφορίας. Οι εκδοχές είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να αναδεικνύονται οι ανάγκες διαφορετικών ομάδων πελατών. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται μία αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες, καθώς παρατηρείται ο όγκος των πωλήσεων και έτσι δίνεται στην εταιρεία μία εντύπωση για το πώς είναι καταμεμημένη η αγορά.

Η INTRACOM TELECOM εξαιτίας της μακρόχρονης πορείας της στο χώρο, έχει κατορθώσει να εδραιωθεί και να αποκτήσει μία ισχυρή φήμη. Ένα άλλο σημείο στο οποίο μπορούμε να σταθούμε, είναι η κοινωνική απόκριση. Κοινωνική απόκριση, είναι ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση ανταποκρίνεται στις λεγόμενες κοινωνικές υποχρεώσεών της. Η INTRACOM TELECOM είναι πιστοποιημένη με το πρότυπο Κοινωνικής Ευθύνης, πράγμα που σημαίνει ότι οι στόχοι της επιχείρησης δεν είναι μόνο οικονομικοί, αλλά και κοινωνικοί. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρεία ενισχύει το καλό όνομά της.

Βλέπουμε δηλαδή, ότι η INTRACOM TELECOM, βασίζεται στην διατήρηση του καλού της ονόματος στην αγορά πράγμα το οποίο, δεν συναντάται πουθενά στους στόχους της forthnet. Επίσης, βασίζεται στην μελλοντική τάση για outsourcing, πράγμα που δεν απασχολεί από ότι φαίνεται τη forthnet.

Ένα κοινό σημείο των δύο εταιρειών, είναι οι καλές σχέσεις τις οποίες, προσπαθούν να επιτύχουν με τους πελάτες τους. Επιπρόσθετα, επενδύουν σημαντικό μέρος του κεφαλαίου τους, στην έρευνα και την ανάπτυξη.

5.2 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 75-77
- Patrick J. Montana and Bruce H. Charnov, Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Τρίτη Αμερικανική Έκδοση, 2005, Σελίδα 63

6 Best practices:

6.1 Japan

6.1.1 Η εταιρεία Fujitsu:

Η εταιρεία Fujitsu είναι μία διεθνώς αναγνωρισμένη εταιρεία με πωλήσεις ανά όλο τον κόσμο. Στόχος της εταιρείας είναι η παροχή στους πελάτες της, ικανοποιητικών προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία έχουν υψηλό βαθμό αξιοπιστίας, βασισμένα σε δυναμικές τεχνολογίες. Με αυτόν τον τρόπο επιδιώκει την αύξηση των κερδών της και τη διατήρηση του ισχυρού της ονόματος παγκοσμίως.

Για την επίτευξη του σκοπού της, έχει μία στρατηγική βασισμένη στο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τη συμμόρφωση με το υπάρχον νομικό πλαίσιο, τη διενέργεια συναλλαγών κάτω από το καθεστώς της διαφάνειας και την απόρριψη οποιασδήποτε συμπεριφοράς αντίθετης με τα χρηστά ήθη.

Επίσης, μεγάλη σημασία δίνει στα εξής σημεία:

- 🚩 **Πελάτες:** Ικανοποίηση όλων των απαιτήσεών τους.
- 🚩 **Υπάλληλοι:** Ωθηση στους υπάλληλους να αναλαμβάνουν ευθύνες.
- 🚩 **Ποιότητα:** Στόχος η εμπιστοσύνη των πελατών στην ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχει η Fujitsu.
- 🚩 **Περιβάλλον:** Σεβασμός στο περιβάλλον.
- 🚩 **Κέρδη και Επέκταση:** Προσπάθεια για ικανοποίηση τόσο των πελατών όσο και των μετόχων της.

6.1.2 Η εταιρεία City Telecom:

Η εταιρεία αυτή είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες και καινοτόμες εταιρείες στο Hong Kong. Ανήκει εξ' ολοκλήρου στην εταιρεία HKBN και είναι ένας από τους σημαντικότερους πάροχους υπηρεσιών τηλεπικοινωνιακού δικτύου παρέχοντας broadband Internet πρόσβαση, υπηρεσίες τηλεφωνίας, IP – TV και επιχειρησιακές υπηρεσίες χάρη στο Metro Ethernet IP δίκτυο της.

Οι υπηρεσίες της απευθύνονται σε νοικοκυριά και επιχειρήσεις.

Η στρατηγική που ακολουθεί είναι να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες σε χαμηλότερες τιμές απ' ότι οι ανταγωνιστές της, πράγμα το οποίο την οδήγησε στο να κατέχει τη δεύτερη θέση στην αγορά IDD.

6.2 Αμερική :

6.2.1 Η εταιρεία Verizon :

Η εταιρεία Verizon Communications, Inc. δημιουργήθηκε το 2000, ύστερα από τη συγχώνευση των εταιρειών Bell Atlantic και GTE. Εδρεύει στη Νέα Υόρκη. Δραστηριοποιείται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Το περασμένο έτος έχασε 6,197 δισεκατομμύρια δολάρια.

Η στρατηγική της εταιρείας είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη κάλυψη των αναγκών των πελατών της και αντικατοπτρίζεται στο σλόγκαν της το οποίο είναι :” We Never Stop Working For You.”,(δηλαδή, δεν σταματάμε ποτέ να δουλεύουμε για σας.)

6.2.2 Η εταιρεία AT&T:

Η εταιρεία American Telephone&Telegraph Company, ιδρύθηκε με σκοπό την παροχή υπηρεσιών σε επιχειρήσεις, νοικοκυριά και την αμερικανική κυβέρνηση. Είναι η μεγαλύτερη παγκοσμίως τηλεφωνική εταιρεία καθώς και ο μεγαλύτερος πάροχος καλωδιακής τηλεόρασης.

Λειτουργεί κάτω από το καθεστώς του μονοπωλίου στον τομέα των ευρυζωνικών δικτύων στην Αμερική.

Στρατηγική της εταιρείας είναι να εξακολουθεί να κατέχει αυτήν την ηγετική θέση καθώς και να εξυπηρετεί όσο το δυνατόν καλύτερα τους πελάτες της.

6.3 Ευρώπη



Η εταιρεία αυτή είναι μία από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως, δραστηριοποιούμενη στον τομέα των παροχών υπηρεσιών πληροφορικής τεχνολογίας και στον τομέα των δικτύων.

Στρατηγική της εταιρείας αυτής είναι η διατήρηση της ηγετικής της θέσης στον κλάδο. Επίσης, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη. Για το λόγο αυτό, οι έννοιες καινοτομία, αξιοπιστία και καινοτομία είναι μείζονος σημασίας για την Deutsche Telecom. Οι υπηρεσίες της εταιρείας, απευθύνονται σε πλήθος οικιακών και επιχειρησιακών καταναλωτών.

Κόσμος:

6.4.1 Η εταιρεία Digital Telecommunications:

Η εταιρεία αυτή δραστηριοποιείται στις Φιλιππίνες και έχει ως κύριο αντικείμενό της, την παροχή υπηρεσιών ευρυζωνικών δικτύων.

Η στρατηγική της εστιάζεται στην παροχή υπηρεσιών χαμηλού κόστους, έτσι ώστε να διατηρεί την ηγετική της θέση στην αγορά των Φιλιππίνων.

6.4.2 Η εταιρεία Sasken :

Η εταιρεία Sasken Communication Technologies Limited δραστηριοποιείται στο Bangalore, στην Ινδία. Στρατηγική της είναι να καλύπτει συνεχώς τις ανάγκες των πελατών της μέσα από την καινοτομία και τις έρευνες τις οποίες κάνει.

Επίλογος-συμπεράσματα

Μελετώντας τις περιπτώσεις που προαναφέρθηκαν, καταλήγουμε σε ορισμένα συμπεράσματα, σχετικά με τις στρατηγικές τις οποίες ακολουθούν οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο χώρο των ευρυζωνικών δικτύων αλλά και της πληροφορικής γενικότερα.

- Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη δημιουργία και τη διατήρηση καλών και ισχυρών σχέσεων με τους πελάτες των εταιρειών.
- Δαπανώνται ετησίως μεγάλα χρηματικά ποσά στην έρευνα και την ανάπτυξη προκειμένου οι εταιρείες να είναι σε θέση από τη μία πλευρά να ικανοποιούν εγκαίρως τις ανάγκες των πελατών τους και από την άλλη να ισχυροποιούν τη θέση τους στην αγορά.
- Για να μπορούν να έχουν ένα καλό όνομα οι εταιρείες, συνεισφέρουν στην κοινωνία.
- Ενδυναμώνουν τους υπαλλήλους τους να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες. Με αυτόν τον τρόπο, κάνουν το ανθρώπινο δυναμικό να ταυτίζεται με το όραμα της εταιρίας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι υπάλληλοι να ενεργούν για το καλό της εταιρίας, να πιστεύουν δηλαδή, ότι συνεισφέρουν στις επιτυχίες αλλά ευθύνονται και για τις αποτυχίες της. Έτσι, θα προσπαθούν περισσότερο.
- Σε αντίθεση με την Forthnet και την Intracom-Telecom, παρατηρούμε ότι η Fujitsu δίνει μεγαλύτερο βάρος στην αξιοπιστία των προϊόντων της,
- Η Intracom-Telecom και η Fujitsu που εκτείνονται σε μεγαλύτερες επικράτειες εντείνουν τις προσπάθειές τους στην δημιουργία και τη διατήρηση καλού ονόματος στις αγορές στις οποίες απευθύνονται.

Βιβλιογραφία

- <http://www.forthnet.gr/thecompany/ourprofile> Αναφέρονται γενικότερα στοιχεία για την εταιρεία και χαρακτηριστικά της.
- <http://www.forthnet.gr/productsandservices> Περιγραφή των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η εταιρεία.
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/history> Ιστορική αναδρομή και πορεία της forthnet
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/researchanddevelopment> Εκτενής αναφορά στις ερευνητικές δραστηριότητες του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας.
- <http://www.forthnet.gr/thecompany/ourprofile/socialcontribution> Περιγράφεται η κοινωνική προσφορά της forthnet.
- <http://forthnet.gr/thecompany/pointsofsale/retailsalechains> Αναφέρονται τα σημεία λιανικής πώλησης των προϊόντων και υπηρεσιών της.
- <http://forthnet.gr/thecompany/ourprofile/strategy> Περιγράφεται η στρατηγική της εταιρείας.
- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 335
- Στέλλα Ξηροτήρη-Κουφίδου, Οργανωσιακή Θεωρία, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, 1998 Σελίδες 67 – 89
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/intracom_telecom_glance.htm Δίνεται μία πρώτη εντύπωση για την εταιρεία.
- <http://intracom-telecom.com/en/company/profile/history.htm> Γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στην ιστορία της εταιρείας.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/rd_r_d.htm Αναφορά στις δραστηριότητες και την έμφαση που δίνει η εταιρεία στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/corporate_social_resp.htm Αναφορά στην κοινωνική ευθύνη της εταιρείας.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/company_policy.htm Περιγραφή της εταιρικής πολιτικής.
- http://intracom-telecom.com/en/company/profile/strategic_focus.htm Περιγραφή της στρατηγικής της INTRACOM TELECOM.
- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 335
- Στέλλα Ξηροτήρη-Κουφίδου, Οργανωσιακή Θεωρία, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, 1998 Σελίδες 67 – 89
- Καρλ Σαπίρο και Χαλ Βαριάν, Οδηγός στρατηγικής στη δικτυακή οικονομία, Εκδόσεις Καστανιώτη, 2002. Σελίδες 75-77
- Patrick J. Montana and Bruce H. Charnov, Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Τρίτη Αμερικανική Έκδοση, 2005, Σελίδα 63
- http://fujitsu.com/profile/the_fujitsu_way Περιγραφή της στρατηγικής της εταιρείας Fujitsu

- Γεωργόπουλος Β. Νικόλαος, Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Γ. Μπένου, Αθήνα 2004 Σελίδες 13-14
- <http://www.citytelecom.com> Γενική περιγραφή της εταιρείας city telecom
- <http://www.verizon.com>
- <http://www.at&t.com>
- <http://www.deutschetelecom.com>
- <http://www.digitaltelecommunication.com>
- <http://www.sasken.com>