



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

***ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ (BUSINESS PLAN)
ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ: ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ***

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητές: Γεώργιος Σκουρλετόπουλος
Αντώνιος Ξανθουδάκης

Επιβλέπων καθηγητής: Γεώργιος Μαστοράκης

©
2012

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνουμε ότι είμαστε συγγραφείς αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχουμε αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνουμε ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμάς προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο βασικός στόχος της πτυχιακής εργασίας είναι η εκπόνηση ενός πλάνου αξιοποίησης (business plan) των νέων τεχνολογιών στον τομέα της διαδραστικής (iDTV) και διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης (IPTV).

Πιο αναλυτικά, στο πρώτο στάδιο της εισαγωγής θα πραγματοποιηθεί μία έρευνα, αναφορικά με την παρούσα κατάσταση (state of the art) στον τομέα της *iDTV & IPTV*, τις εξελίξεις που υπάρχουν σήμερα και μελέτες που αφορούν το συγκεκριμένο θέμα.

Στο επόμενο στάδιο, θα εκπονηθεί ένα πλάνο αξιοποίησης που θα αφορά την εισαγωγή της *IPTV* σαν νέα τεχνολογία, καθώς και τη διαδραστική της μορφή. Θα εξεταστούν επίσης οι δυνατότητες των νέων αυτών τεχνολογιών, τα πλεονεκτήματα που μπορούν να προσφέρουν και πως θα επηρεαστούν από τις υπόλοιπες τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες στο συγκεκριμένο χώρο. Επιπρόσθετα, θα αποτιμηθεί αν θα είναι δυνατή η εφαρμογή τους και η εξέλιξή τους μελλοντικά.

Τέλος, θα μελετηθεί αν η *iDTV*, με τις δυνατότητες που προσφέρει, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν μέσο διαφήμισης αντικαθιστώντας τα μέχρι τώρα παραδοσιακά μέσα μάρκετινγκ, όπως π.χ. η αναλογική τηλεόραση.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	v
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 <i>Η ιστορία της τηλεόρασης</i>	3
1.1.1 <i>Πως ξεκίνησε</i>	3
1.1.2 <i>Η τηλεόραση στην Ελλάδα</i>	5
1.2 <i>Τα αίτια της μετάβασης στη ψηφιακή εποχή</i>	6
1.3 <i>Τι είναι η ψηφιακή τηλεόραση και τα πρότυπα στα οποία διακρίνεται</i>	7
1.4 <i>Τα πλεονεκτήματα από τη ψηφιακή τηλεόραση</i>	10
1.5 <i>Τι είναι η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση και τα οφέλη</i>	11
1.6 <i>Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ευρώπη</i>	13
1.7 <i>Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα</i>	14
1.8 <i>Διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση: Τι είναι και τα οφέλη από αυτές τις υπηρεσίες</i>	15
ΕΚΠΙΟΝΗΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ (Business Plan)	18
Εισαγωγή	18
Digital Tech Ανώνυμη Εταιρία - Business Plan	20
Δήλωση εμπιστευτικότητας και μη κοινοποίησης	21
Σύνοψη	22
1. Περιγραφή επιχείρησης	31
1.1 <i>Συνοπτική επισκόπηση του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)</i>	32
1.2 <i>Περιγραφή της εταιρίας</i>	34
1.3 <i>Σκοπός και στόχοι</i>	38
1.4 <i>Παράγοντες επιτυχίας και βιωσιμότητας</i>	38
1.5 <i>Μετοχική σύνθεση και ανάδραση της επένδυσης</i>	39
2. Προϊόντα / Υπηρεσίες	41
2.1 <i>Περιγραφή προϊόντος / υπηρεσίας και καινοτόμων χαρακτηριστικών</i>	41
2.1.1 <i>Πως διαμορφώνεται η παρούσα κατάσταση και τα πλεονεκτήματα της επένδυσης έναντι του ανταγωνισμού</i>	41
2.1.2 <i>Αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών και της διανομής του προϊόντος / υπηρεσίας</i>	42
2.1.3 <i>Η νέα πλατφόρμα υπηρεσιών ως μέσο διαφήμισης</i>	47
2.2 <i>Δυνητικές μελλοντικές επενδύσεις στην ευρωζωνικότητα μέσω έρευνας και ανάπτυξης</i>	48
3. Η διαμόρφωση της αγοράς στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)	50
3.1 <i>Ανάλυση του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών</i>	50
3.1.1 <i>Γενικές πληροφορίες κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών</i>	50

3.1.2	Ανάλυση χρηματοοικονομικών μεγεθών και δεικτών ανάπτυξης του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και των υποκλάδων του.....	51
3.1.3	Η σημασία πραγματοποίησης στοχευμένων επενδύσεων στον κλάδο, η αντιμετώπιση αυτών από την Ευρώπη και την πολιτεία και οι κοινωνικές προεκτάσεις από τέτοιου είδους επενδυτικές κινήσεις.....	59
3.1.4	Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος και που χρίζουν άμεσης επίλυσης.....	62
3.1.5	Η προσφορά του κλάδου στην εγχώρια απασχόληση και στη μείωση του δείκτη ανεργίας.....	64
3.2	Ανάλυση της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης.....	66
3.2.1	Το μέγεθος της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης.....	66
3.2.2	Οι ανάγκες που παρουσιάζονται και το επίπεδο ανάπτυξης της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης μελλοντικά.....	67
3.3	Ανάλυση του ανταγωνισμού.....	68
3.3.1	Ποιος είναι ο ανταγωνισμός.....	68
3.3.2	Πίνακας ανάλυσης του ανταγωνισμού και παρουσίαση των δυνατών και αδύνατων σημείων της νέας υπηρεσίας και της επένδυσης (ανάλυση SWOT).....	71
4.	Στρατηγικές Μάρκετινγκ και Πωλήσεων.....	73
4.1	Εισαγωγή.....	73
4.2	Στρατηγική τμηματοποίησης της αγοράς.....	74
4.3	Στρατηγική στοχεύσεως.....	75
4.4	Στρατηγική τοποθέτησης.....	76
4.5	Στρατηγική προϊόντος / υπηρεσίας.....	76
4.6	Στρατηγική τιμολόγησης.....	77
4.7	Δίκτυα διανομής.....	79
4.8	Στρατηγική προώθησης και διαφήμισης.....	80
4.8.1	Συνοπτική παρουσίαση τρόπων και κόστους προβολής και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.....	81
4.9	Στρατηγική πωλήσεων.....	82
4.10	Πρόβλεψη πωλήσεων.....	82
5.	Ανάπτυξη.....	84
5.1	Χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης.....	84
5.2	Στρατηγική και ρίσκα ανάπτυξης.....	84
5.3	Έξοδα ανάπτυξης με βάση το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης.....	86
6.	Διαχείριση.....	87
6.1	Οργανωτική δομή εταιρίας και συμβουλευτική υποστήριξη.....	87
6.2	Μετοχική σύνθεση και διοικητικό συμβούλιο.....	87
6.3	Αρμοδιότητες ομάδος διοίκησης.....	88
7.	Λειτουργίες.....	90
7.1	Στρατηγική και πεδίο δράσης των λειτουργιών.....	90
7.2	Τοποθεσία.....	91
7.3	Προσωπικό.....	92
7.4	Παραγωγή και αποθέματα.....	92
7.5	Πρόβλεψη μηνιαίων εξόδων λειτουργιών.....	93

7.6 Νομικό περιβάλλον που αφορά τη σύσταση της εταιρίας.....	96
7.7 Πολιτική πιστώσεων.....	97
8. Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός.....	98
8.1 Κεφάλαιο εκκίνησης και προσδιορισμός νεκρού σημείου (<i>Break Even Analysis</i>).....	98
8.2 Ισολογισμός (<i>Balance sheet</i>).....	99
8.3 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως (<i>Income statement</i>).....	101
8.4 Ανάλυση χρηματοροών (<i>Cash flow</i>).....	102
9. Προσφορά για χρηματοδότηση της επένδυσης από υποψήφιους επενδυτές και αναφορά περίπτωσης εθελουσίας εξόδου.....	104
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	106
A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	106
B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	107
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	117
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	142

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την εν λόγω πτυχιακή, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας κ. Γεώργιο Μαστοράκη για την αμέριστη συμπαράσταση και βοήθειά του για την ολοκλήρωση και συγγραφή αυτής.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σήμερα, ο άνθρωπος ζει σε μια εποχή όπου η τεχνολογία αναπτύσσεται ραγδαία με τα όρια της εξέλιξής της να μη μπορούν να διακριθούν στον ορίζοντα. Η επικοινωνία και η ενημέρωση μπορούν να πραγματοποιηθούν από διάφορα τεχνολογικά εργαλεία σε πολύ μικρό χρόνο, όπως η κινητή τηλεφωνία και οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, σε συνδυασμό με το διαδίκτυο, δημιουργώντας έτσι καταναλωτές από κάθε γωνιά του πλανήτη. Οι καταναλωτές, ακολουθώντας αυτή τη διαρκώς εξελισσόμενη τεχνολογία, αποκτούν μια πιο ενεργητική – διαδραστική στάση, έχοντας περισσότερες απαιτήσεις, όσον αφορά την επικοινωνία τους με τις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Έτσι, επεξεργάζονται τα δεδομένα που λαμβάνουν, δέχονται προτάσεις για καταναλωτικά προϊόντα και υπηρεσίες, επικοινωνούν, αντιδρούν και απαιτούν, μέσω του διαδικτύου, σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της οικουμένης.

Ένα από τα πιο ανεπτυγμένα τεχνολογικά εργαλεία, και ίσως το πιο διαδεδομένο αυτή τη στιγμή παγκοσμίως, είναι η τηλεόραση. Η ύπαρξη της, σαν μέσο επικοινωνίας, αλλά και η χρησιμότητά της, είναι γνωστή ακόμα και στα πιο απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη. Βέβαια, από τη στιγμή της ανακάλυψής της έχει υποστεί πολλές αλλαγές και, ακόμα περισσότερες βελτιώσεις, για να φτάσει στη σύγχρονη μορφή της αυτή τη περίοδο, που δεν είναι άλλη από τη ψηφιακή τηλεόραση. Η σύγχρονη αυτή μορφή της βρίσκεται ακόμα σε μεταβατικό στάδιο, μιας και δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμα η εξάπλωσή της και η επικείμενη αντικατάσταση του υπάρχοντος τηλεοπτικού δικτύου.

Αυτή ακριβώς η μεταβολή και η μετάβαση στη ψηφιακή τεχνολογία με την ταυτόχρονη εισχώρηση στην καθημερινότητα των καταναλωτών, πρόκειται να εξεταστεί στην παρούσα πτυχιακή εργασία, υπό τη μορφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου (business plan), μέσα από το οποίο θα εξεταστούν οι προοπτικές που υπάρχουν για την ένταξη στην ψηφιακή εποχή, με επέκταση στη διαδραστική και διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση, τα οφέλη και οι δυσκολίες που παρουσιάζονται, καθώς και οι βάσεις που απαιτείται να δημιουργηθούν από την ένταξη αυτή για την εισαγωγή και νέων τεχνολογιών και υπηρεσιών,

σε συνδυασμό φυσικά με τη δημιουργία ακόμα περισσότερων δυνατοτήτων, οι οποίες θα παρέχονται στον απλό τηλεθεατή - καταναλωτή.

1.1 Η ιστορία της τηλεόρασης

1.1.1 Πως ξεκίνησε

Η τηλεόραση είναι, ίσως, το κυριότερο και πιο δημοφιλές μέσο μαζικής επικοινωνίας παγκοσμίως. Πρόκειται στην ουσία για ένα σύστημα τηλεπικοινωνίας, που χρησιμοποιείται για τη μετάδοση αλλά και λήψη κινούμενων εικόνων και ήχου εξ' αποστάσεως. Μέσα στην έννοια του όρου «τηλεόραση», συμπεριλαμβάνονται και το σύνολο των τεχνικών χαρακτηριστικών, αλλά και όλες εκείνες οι δραστηριότητες που αφορούν τα τηλεοπτικά προγράμματα και τη μετάδοση τους. Αναλύοντας την λέξη αυτή καθαυτή, ο όρος «τηλεόραση» προέρχεται από το αρχαίο ελληνικό πρόθεμα «τηλε-», που σημαίνει «μακριά», και τη λέξη «όραση». (Βικιπαιδεία, χ.χ.)

Η ιστορία της τηλεόρασης ξεκινά το 1844, όταν ο Αμερικανός Samuel Morse δημιούργησε τον τηλεγράφο, μια συσκευή που μπορούσε να μεταδώσει συνδυασμούς κωδικοποιημένων λέξεων και γραμμάτων μέσω των ηλεκτρικών παλμών κατά μήκος των καλωδίων. Αυτή ήταν και η βασική ιδέα στην οποία στηρίχτηκε η δημιουργία της τηλεόρασης, με την μετάδοση εικόνων. Το φως μπορούσε να μετατραπεί σε ηλεκτρικούς παλμούς, κάνοντας έτσι δυνατή τη μεταβίβαση των παλμών αυτών σε απόσταση και την επαναφορά τους σε φως. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

Η μεταβίβαση κινούμενων εικόνων σε απόσταση έγινε για πρώτη φορά δυνατή με τη μετατροπή της φωτεινής ροής από τα διάφορα σημεία της εικόνας σε ηλεκτρομαγνητικά σήματα. Το 1873 ανακαλύφθηκαν οι φωτοηλεκτρικές ιδιότητες του σεληνίου και ο Αμερικανός George Carey πρότεινε την κατασκευή ενός τηλεοπτικού δικτύου, στο οποίο η μηχανή λήψης και ο πομπός αποτελούνταν από 2.500 φωτοηλεκτρικά κύτταρα σεληνίου και ισάριθμες λυχνίες. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

Το 1884, ο Γερμανός επιστήμονας Paul Nipkow επινόησε το πρώτο ηλεκτρομαγνητικό σύστημα λήψης εικόνων. Αυτό επιτεύχθηκε μέσω μιας διάταξης, η οποία ήταν ικανή να πραγματοποιήσει τη μεταβίβαση των εικόνων σε απόσταση. Αυτή η διάταξη ήταν στην ουσία μία οπτικό - μηχανική συσκευή, που αποτελούνταν από ένα διάτρητο δίσκο,

γνωστό και ως ο «δίσκος του Nipkow». Η μέθοδος αυτή όμως, χρησιμοποιούσε μηχανικά μέσα για την ανάλυση και τη μετάδοση της εικόνας, με φυσικό επακόλουθο η απόδοσή της να φτάσει σε περιορισμένα όρια, που δεν ήταν και τα επιθυμητά, λόγω του πρώιμου σταδίου της και της έλλειψης τεχνολογικών μέσων. Με αυτό το τρόπο, αναζητήθηκε μια νέα μέθοδος για την ανάλυση και λήψη της εικόνας, με τον Ρώσο φυσικό Boris Rosing να κάνει την αρχή το 1907 προτείνοντας τον καθοδικό σωλήνα Brown (Cathode Ray Tube, CRT), που ήταν ουσιαστικά η ηλεκτρονική προβολή της εικόνας (καθοδική τηλεόραση). Λίγο αργότερα, το 1924, ένας άλλος Ρώσος, ο Vladimir Zworykin, μαθητής του Boris Rosing, έκανε το πλέον αποφασιστικό βήμα, κατασκευάζοντας την πρώτη συσκευή ηλεκτρονικής ανάλυσης της εικόνας, γνωστή και ως «εικονοσκόπιο». Η καθοδική τηλεόραση εμφανίστηκε στο προσκήνιο λίγα χρόνια πριν τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ ο Zworykin ανέπτυξε την εμπορική μετάδοση τηλεοπτικού προγράμματος από το Radio Corporation of America (RCA). (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

Επιπλέον, όσον αφορά τον τομέα της μετάδοσης, αξίζει να αναφερθεί πως το 1926 ο Βρετανός John Logie Baird, εμπνευσμένος σημαντικά από τη συσκευή του Nipkow, κατάφερε να την τελειοποιήσει μεταδίδοντας είδωλα σε απόσταση τριών μέτρων μέσω καλωδίων, με αποτέλεσμα να μπορεί να κάνει επιτυχημένη λήψη και μεταβίβαση κινούμενων εικόνων. Ο Baird ονόμασε τη συσκευή του «Television» και ήταν πρωτοπόρος στην κατασκευή του νέου αυτού μέσου. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

Όμως το μηχανικό σύστημα που επινόησε ο Baird, στηρίχτηκε στο φωτοηλεκτρικό φαινόμενο και όπως αποδείχθηκε δεν ήταν η καταλληλότερη μέθοδος. Πάντως, ήταν σαφές πως εγκαταλείφθηκε το μηχανικό σύστημα ανάλυσης της εικόνας και υπήρχε στροφή στην ηλεκτρονική χρήση. Παρόλο που η μέθοδος του Baird περιείχε κενά, η εταιρία British Broadcasting Company (BBC) μετέδωσε πρόγραμμα στηριζόμενη σε αυτή του Baird. Το 1927, πραγματοποιήθηκε η πρώτη μετάδοση τηλεόρασης σε μακρινή απόσταση, ενώ το 1929, ο δεκαεξάχρονος τότε Αμερικανός Philo Farnsworth, παρουσίασε τον «εικονοαναλυτή», μια συσκευή που προσέφερε βελτιωμένη ανάλυση της εικόνας. Πιο συγκεκριμένα, έφτιαξε ένα ηλεκτρονικό σύστημα που χρησιμοποιούσε ένα καθοδικό σωλήνα με ηλεκτρομαγνητική εκτροπή στην οθόνη. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να διχαστούν οι

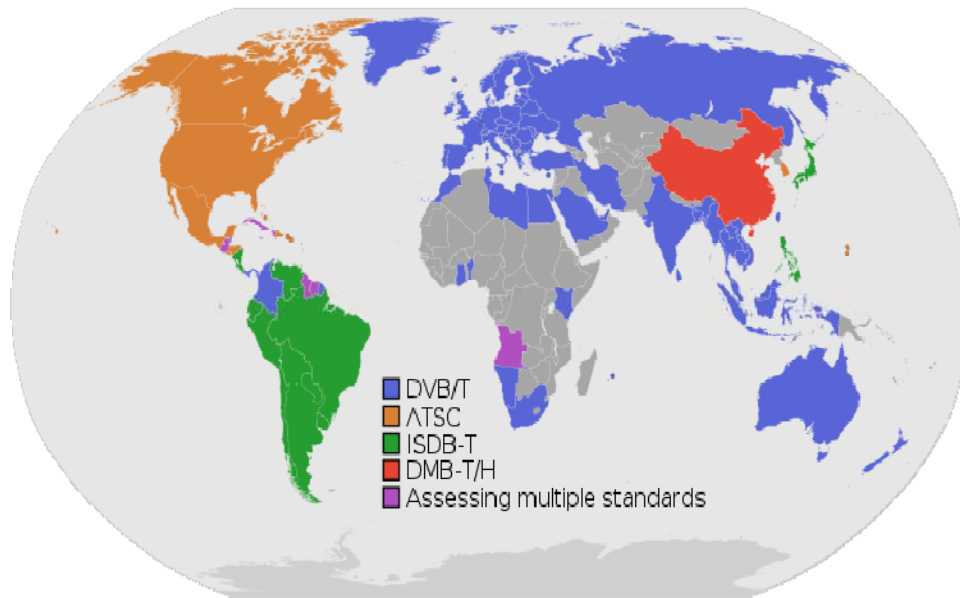
απόψεις των μελετητών σχετικά με τη γέννηση της τηλεόρασης, με βασικό ερώτημα τη χρονολογική αφετηρία της γέννησής της, δηλαδή αν ήταν το 1928, τη χρονιά δηλαδή που παρουσιάστηκε το εικονοσκόπιο του Zworykin, ή το 1930, όταν ο Farnsworth παρουσίασε το δικό του μηχάνημα, το οποίο ήταν εκείνο τελικώς που επικράτησε. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

Αξίζει να αναφερθεί πως, από τον Ιούνιο του 1953 μπήκε για πρώτη φορά σε λειτουργία το ευρωπαϊκό δίκτυο τηλεόρασης (Eurovision), ενώ το 1962 λειτούργησε και το παγκόσμιο δίκτυο (Mondovision), χάρη στον τεχνητό δορυφόρο «Telstar». Τέλος, παράλληλα με την εξέλιξη της ασπρόμαυρης εικόνας, έκανε την εμφάνισή της και η έγχρωμη εικόνα, με την πρώτη έγχρωμη τηλεοπτική μετάδοση σήματος να πραγματοποιείται το 1979. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

1.1.2 Η τηλεόραση στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, τα πρώτα βήματα γίνονται το 1951. Όμως, το αποφασιστικότερο βήμα για την ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης πραγματοποιείται το 1964 με τις πειραματικές εκπομπές τεχνικών του Ε.Ι.Ρ. (Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας) από τον σταθμό της Δ.Ε.Η. στο Ζάππειο, ενώ ένα χρόνο αργότερο αποφασίζεται η αξιοποίηση του υπάρχοντος σταθμού και οι πρώτες πραγματικές τηλεοπτικές μεταδόσεις είναι πλέον γεγονός. Το 1969, γίνεται διεθνής απευθείας σύνδεση με το κύκλωμα της Eurovision και οι Έλληνες τηλεθεατές παρακολουθούν το τεράστιο γεγονός: ο άνθρωπος στο φεγγάρι. (Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., 2005)

1.2 Τα αίτια της μετάβασης στη ψηφιακή εποχή



Η τεχνολογική πρόοδος, από την εποχή της δημιουργίας της τηλεόρασης μέχρι σήμερα, ήταν πραγματικά ραγδαία, σε σημείο τέτοιο που στην εποχή μας πλέον η διαδικασία μετατροπής του ήχου και της εικόνας, γνωστής και ως «ψηφιοποίηση», να αρέσκειται σε δύο μόνο αριθμητικά στοιχεία, το 0 και το 1. Όλο αυτό το τεχνολογικό υπόβαθρο, επέτρεψε στην ψηφιακή τηλεόραση να αναπτυχθεί με πολύ γοργούς ρυθμούς, κάνοντας έτσι δυναμική είσοδο στην παγκόσμια αγορά και παίζοντας πρωταγωνιστικό ρόλο στις όποιες εξελίξεις συμβαίνουν τον τελευταίο καιρό στα τηλεοπτικά δρώμενα. Η είσοδος της τηλεόρασης στη νέα ψηφιακή εποχή ήταν για την τηλεόραση μια ιστορική ευκαιρία. (Wikipedia, χ.χ., Satspot, 2010)

Τα αίτια της μετατροπής, από αναλογικό σε ψηφιακό τηλεοπτικό σήμα μετάδοσης, είναι διότι οι ψηφιακές εκπομπές απελευθερώνουν συχνότητες για τη δημόσια ασφάλεια των επικοινωνιών σε κρίσιμους τομείς, όπως η αστυνομία και η πυροσβεστική σε περίπτωση έκτακτων αναγκών, ενώ ορισμένες από αυτές τις συχνότητες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για προηγμένες εμπορικές ασύρματες υπηρεσίες που θα βελτιώσουν το βιοτικό επίπεδο των καταναλωτών. Ακόμα, η ψηφιακή μετάδοση είναι πιο αποτελεσματική τεχνολογία, διότι επιτρέπει στους σταθμούς να προσφέρουν αρκετά υψηλότερη ποιότητα εικόνας και ήχου,

περισσότερες επιλογές προγραμμάτων για τους καταναλωτές μέσω πολλαπλών εκπομπών ρευμάτων (multicasting), καθώς και σταθερότερο τηλεοπτικό σήμα, απαλλαγμένο από τα παράσιτα. Έτσι, η εικόνα υψηλής ευκρίνειας και ο κρυστάλλινος ήχος γίνονται πλέον πραγματικότητα. (Satspot, 2010)

1.3 Τι είναι η ψηφιακή τηλεόραση και τα πρότυπα στα οποία διακρίνεται

«Η ψηφιακή τηλεόραση “κωδικοποιεί την τηλεοπτική εικόνα ως μια σειρά δυαδικών αριθμών και στη συνέχεια χρησιμοποιεί την επεξεργασία υπολογιστών για να τη συμπίεσει, προκειμένου να μεταδίδεται σε ένα μέρος του εύρους φάσματος ή της χωρητικότητας που υπάρχει από το αντίστοιχο αναλογικό τηλεοπτικό σήμα”». (Ebusiness forum, 2006)

Το πρότυπο DVB (Digital Video Broadcasting) είναι η κοινή γλώσσα, όπου βασίζεται η ψηφιακή τηλεόραση της Ευρώπης, και δημιουργήθηκε το 1993 από την EBU (European Broadcast Union). Στόχος ήταν ο καθορισμός των προτύπων της ψηφιακής τηλεοπτικής μετάδοσης και χρησιμοποιείται από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και χώρες εκτός Ευρώπης, παραμερίζοντας ακόμα και το αντίστοιχο αμερικάνικο πρότυπο ASTC. (Νομικός, 2010)

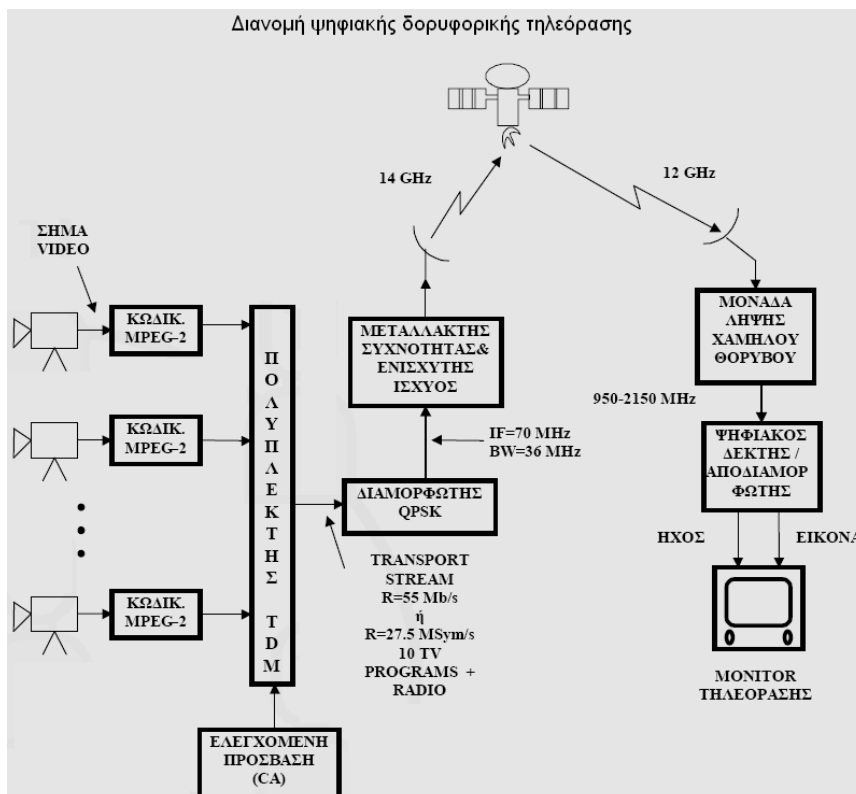
Το πρότυπο DVB διαθέτει διαφορετικά πρότυπα μεταδόσεων, τα οποία είναι δημοσιευμένα στο ETSI (European Telecommunications Standards Institute). Τα τέσσερα κυριότερα είναι τα εξής: (Νομικός, 2010, Ebusiness forum, 2006)

- **DVB-S** (Digital Video Broadcasting – Satellite): Αναφέρεται στην εναέρια μετάδοση και λήψη ψηφιακού τηλεοπτικού σήματος μέσω δορυφόρου. Χρησιμοποιεί τη συμπίεση MPEG-2 και ο απαιτούμενος εξοπλισμός περιλαμβάνει LNB, κάτοπτρο και ψηφιακό δορυφορικό δέκτη (πίατο).
- **DVB-S2**: Αποτελεί εξέλιξη του προηγούμενου προτύπου DVB-S και σήμερα χρησιμοποιείται από τους περισσότερους δορυφορικούς παρόχους υπηρεσιών σε παγκόσμια κλίμακα. Το πλεονέκτημά του είναι το γεγονός ότι επιτυγχάνει αύξηση της χωρητικότητας μετάδοσης έως και 30 %, σε σχέση με το DVB-S, και επιτρέπει

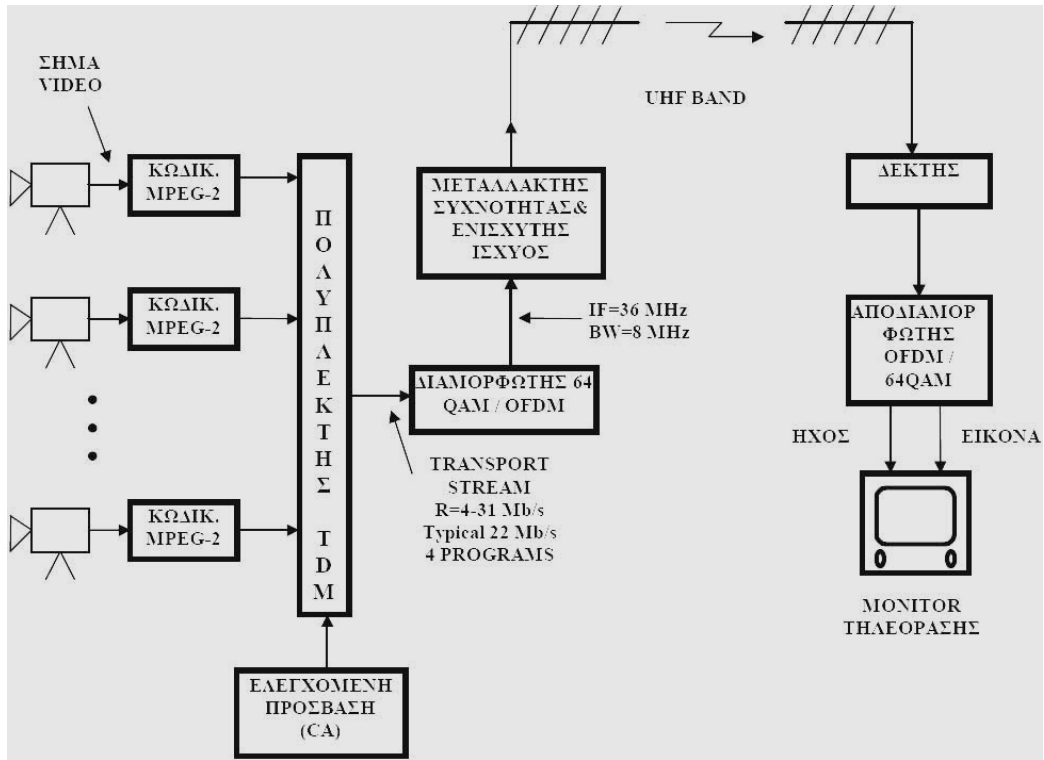
την εξυπηρέτηση πολλαπλών ευρυζωνικών δορυφορικών εφαρμογών, όπως εφαρμογές τηλεόρασης κανονικής και υψηλής ευκρίνειας ή διαδραστικές υπηρεσίες για καταναλωτικές εφαρμογές με πρόσβαση στο διαδίκτυο.

- **DVB-C** (Digital Video Broadcasting – Cable): Αφορά την καλωδιακή τηλεόραση και τις επίγειες ενσύρματες μεταδόσεις, ενώ απαιτείται καλωδιακός αποκωδικοποιητής (set-top box).
- **DVB-T** (Digital Video Broadcasting – Terrestrial): Αναφέρεται στην επίγεια ψηφιακή τηλεόραση. Μεταδίδεται με πολυπλεξία (ταυτόχρονη μετάδοση σημάτων 4 έως 6 σταθμών και άλλων συνοδευτικών υπηρεσιών μέσω μιας συχνότητας) μέσω του αέρα και απαιτεί κεραία για να λαμβάνει το σήμα. Εφαρμόζεται σε όλες τις χώρες της Ευρώπης.

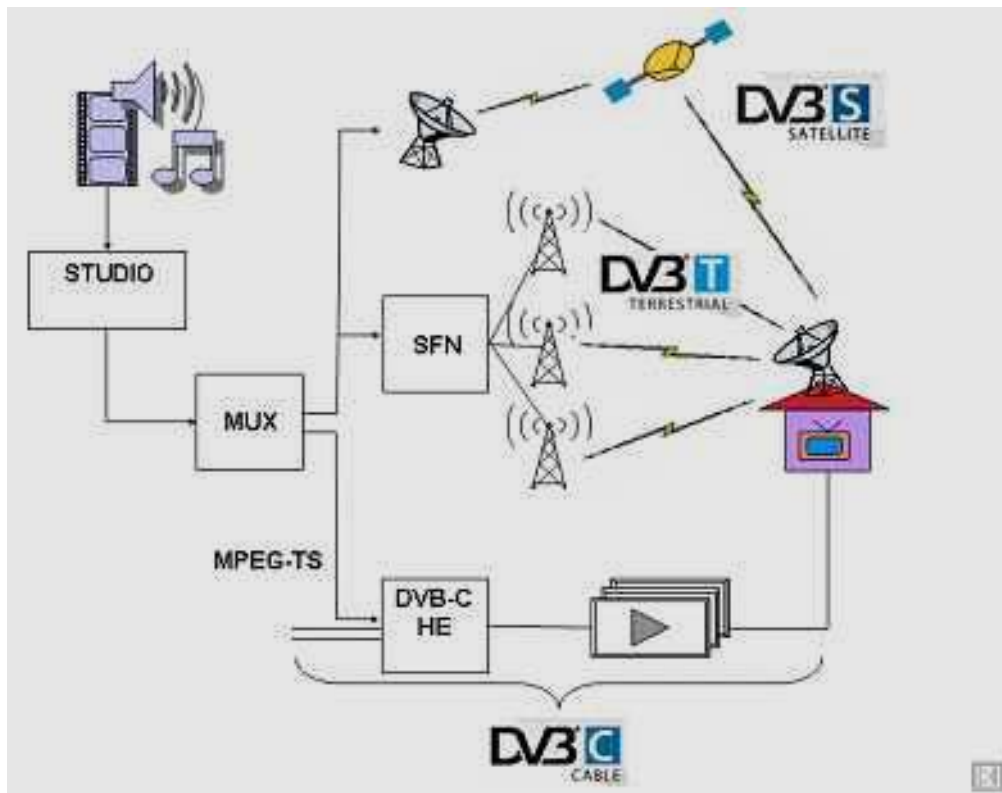
Αξίζει να σημειωθεί, πως τα πρότυπα DVB-S και DVB-C πιστοποιήθηκαν το 1994, ενώ το DVB-T το 1999. Η καθυστέρηση προκλήθηκε λόγω της πολυπλοκότητας του στο σύστημα διαμόρφωσης. (Βαφειάδης, 2010) Στα παρακάτω σχεδιαγράμματα, παρουσιάζονται οι διαφορετικοί τρόποι διανομής στον τηλεοπτικό δέκτη του ψηφιακού δορυφορικού, του επίγειου ψηφιακού και του καλωδιακού σήματος αντίστοιχα.



Διανομή ψηφιακής επίγειας τηλεόρασης.



Τρόποι διανομής του ψηφιακού δορυφορικού, επίγειου ψηφιακού και καλωδιακού σήματος.



1.4 Τα πλεονεκτήματα από τη ψηφιακή τηλεόραση

Η ψηφιακή μετάδοση, και το πρότυπο στο οποίο στηρίζεται, προσφέρει ισχυρά πλεονεκτήματα έναντι της αναλογικής μετάδοσης. Μερικά από αυτά είναι τα εξής: (Βαφειάδης, 2010)

- δυνατότητα μέσα από την ίδια συχνότητα να εκπέμπονται ταυτόχρονα πολλά προγράμματα και υπηρεσίες, επιλεγμένης ποιότητας και ευκρίνειας, με αποτέλεσμα να γίνεται αποτελεσματικότερη χρήση του φάσματος των συχνοτήτων,
- ισχυρή προστασία σε σφάλματα, σε αντίθεση με το αναλογικό σήμα το οποίο είναι περισσότερο επιρρεπές σε τυχόν παρεμβολές,
- υψηλή ποιότητα σε εικόνα και ήχο,
- η λήψη σήματος είναι ευκολότερη,
- προσφορά διαδραστικών υπηρεσιών, όπως τηλεαγορές και προβολή βίντεο μετά από σχετικό αίτημα (video on demand), μετατρέποντας έτσι τον τηλεθεατή από παθητικό σε ενεργητικό δέκτη,
- δυνατότητα αποθήκευσης και επεξεργασίας του περιεχομένου,
- τηλεοπτικοί δέκτες χαμηλού κόστους και μικρού μεγέθους,
- δυνατότητα λήψης σήματος μέσω φορητών και κινητών συσκευών,
- δυνατότητα διαφορετικού υποτιτλισμού και μεταγλώττισης,
- δυνατότητα αύξησης από τον παροχέα της ποιότητας μιας εκπομπής υψηλότερων απαιτήσεων, όπως μια ταινία, και ταυτόχρονη μείωση κάποιας άλλης λιγότερων, όπως ένα δελτίο ειδήσεων,
- εξουδετέρωση σημάτων που προέρχονται από ανακλάσεις από γειτονικά αντικείμενα. Στο αναλογικό σήμα υπάρχει αυτό το πρόβλημα με αποτέλεσμα να εμφανίζεται συχνά μια δεύτερη εικόνα στην οθόνη του τηλεοπτικού δέκτη.

1.5 Τι είναι η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση και τα οφέλη

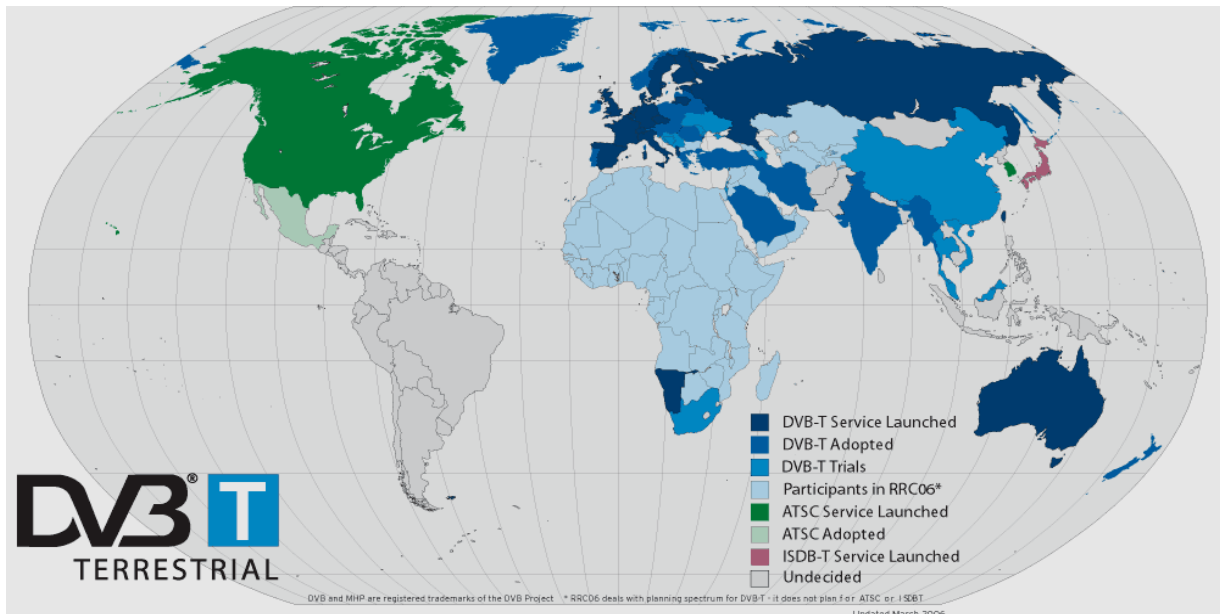
Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση (DVB-T) είναι μια νέα τεχνολογία μετάδοσης μέσω του αέρα, που μεταδίδει εικόνες μέσω ραδιοκυμάτων ψηφιακά, συμπιεσμένα με ένα αλγόριθμο MPEG (Motion Picture Experts Group). Παρέχει μεγαλύτερο αριθμό καναλιών και καλύτερη ποιότητα εικόνας και ήχου, μέσω μιας συμβατικής κεραίας αντί μιας δορυφορικής σύνδεσης. Για παράδειγμα, στο ίδιο κανάλι UHF μπορούν να εκπέμπουν μέχρι και τέσσερα κανάλια με συμβατική ποιότητα εικόνας ή ένα κανάλι με εικόνα υψηλής ευκρίνειας (HDTV). Έτσι, κάνει δυνατή τη μετάδοση εκπομπών υψηλής ανάλυσης, ενώ επίσης μπορεί να παρέχει διαδραστικές υπηρεσίες δεδομένων (interactive television). Η ψηφιακή τηλεόραση δεν είναι κάτι καινούργιο, αλλά μια τεχνολογία που έχει ήδη εφαρμοστεί στη δορυφορική μετάδοση. (Satspot, 2010)

Θα πρέπει να τονιστεί πως η λήψη επίγειου ψηφιακού σήματος γίνεται μέσω αποκωδικοποιητή, ο οποίος συνδέεται με τον τηλεοπτικό δέκτη και την εξωτερική κεραία, σε περίπτωση που η συσκευή της τηλεόρασης δε διαθέτει ψηφιακό δέκτη. Με αυτό τον τρόπο, λαμβάνεται το ψηφιακό σήμα και αποκωδικοποιείται, μετατρέποντάς το και καθιστώντας το ορατό. (Satspot, 2010)

Αξίζει να σημειωθεί πως συχνά συγχέονται οι όροι DTV και HDTV. Ο όρος DTV αναφέρεται στην ψηφιακή τηλεόραση (Digital TV) και περιγράφει τον τύπο και τον τρόπο μετάδοσης του οπτικοακουστικού σήματος. Από την άλλη πλευρά, ο όρος HDTV αφορά τη τηλεόραση υψηλής ευκρίνειας (High Definition TV) και δεν απαιτεί ψηφιακό σήμα, ενώ οι καταναλωτές που διαθέτουν τέτοιου είδους δέκτες μπορούν να παρακολουθούν αντίστοιχα προγράμματα. Η σύγχυση πραγματοποιείται, διότι στη σημερινή εποχή οι εμπορικές υλοποιήσεις υψηλής ευκρίνειας είναι συνδεδεμένες αποκλειστικά με τη ψηφιακή τεχνολογία. (Satspot, 2010)

Οι τεχνολογίες επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως είναι οι εξής: ATSC στη Βόρεια Αμερική, ISDB-T στην Ιαπωνία και DVB-T στην Ευρώπη και την Αυστραλία (στον υπόλοιπο κόσμο δεν έχουν ληφθεί οριστικές αποφάσεις). Η

τεχνολογία ISDB-T είναι παρόμοια με τη DVB-T και μπορεί να γίνει χρήση των ίδιων δεκτών και αποδιαμορφωτών. (Wikipedia, χ.χ.)



Όσον αφορά τα οφέλη της επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης, αυτά δεν διαφοροποιούνται ιδιαίτερα από το γενικότερο πρότυπο που ακολουθεί τη ψηφιακή μετάδοση σήματος και αναλύθηκε παραπάνω, καθώς ανήκει σε αυτό. Πιο συγκεκριμένα, πέρα από το ποιοτικό σήμα, ο καταναλωτής απολαμβάνει καθαρή εικόνα και ήχο, χωρίς χιόνια και είδωλα. Ακόμα, υπάρχει ηλεκτρονικός οδηγός προγραμμάτων, με δυνατότητα εγγραφής κάποιου προγράμματος και άμεσης πληροφόρησης για ότι πρόκειται να ακολουθήσει. Στην αναλογική τηλεόραση, η λήψη του σήματος από διαφορετικά σημεία, λόγω της μορφολογίας του εδάφους, μπορεί να οδηγήσει στην απεικόνιση ειδώλων, ενώ αντίθετα, στη ψηφιακή τηλεόραση η επιπλέον λήψη σήματος από άλλα σημεία μετατρέπεται σε πλεονέκτημα, καθώς τα ανακλώμενα σήματα προστίθενται στο αρχικό και κάνουν το σήμα πιο ισχυρό. Επιπλέον, θα προσφέρει καλύτερη λήψη από κινητές συσκευές και γενικότερα πιο αναβαθμισμένες υπηρεσίες πληροφόρησης. Με την απελευθέρωση μέρους του φάσματος ραδιοσυχνοτήτων, θα αναπτυχθεί περαιτέρω η τηλεόραση υψηλής ευκρίνειας, οι κινητές επικοινωνίες και οι ασύρματες ευρυζωνικές επικοινωνίες, ενώ ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών θα μπορέσει να αναπτυχθεί περισσότερο μέσω καινοτόμων εφαρμογών. Μελλοντικά, θα επιτρέψει περισσότερες υπηρεσίες και κανάλια απ' ότι η αναλογική, μέσω

υψηλής ευκρίνειας, και τη δυνατότητα να αναπτυχθούν περαιτέρω διαδραστικές εφαρμογές. (Satspot, 2010, Digea, χ.χ., Syskeves, χ.χ.)

1.6 Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ευρώπη

Σύμφωνα με τη συμφωνία της Γενεύης το 2006 και την απόφαση της Παγκόσμιας Ένωσης Τηλεπικοινωνιών (ITU), όλες οι χώρες θα πρέπει να διακόψουν την εκπομπή αναλογικού σήματος και να προχωρήσουν στην εκπομπή ψηφιακού μέχρι το 2015. Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση, η διαδικασία κατάργησης του αναλογικού σήματος και η μετάβαση στη ψηφιακή επίγεια μετάδοση θα πρέπει να έχει ολοκληρωθεί από όλες τις χώρες – μέλη ως το 2012. (Digea, χ.χ.)

Ήδη υπάρχουν αρκετά κράτη - μέλη που έχουν πραγματοποιήσει την εν λόγω μετάβαση, όπως η Γερμανία, η Φινλανδία, η Σουηδία, η Ολλανδία και το Λουξεμβούργο, ενώ υπάρχει σημαντική πρόοδος στην πλειοψηφία των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών. Ακόμα, επίγειες ψηφιακές τηλεοπτικές εκπομπές προσφέρονται ήδη σε είκοσι μία ευρωπαϊκές χώρες. Αυτές είναι η Αυστρία, το Βέλγιο, η Βουλγαρία, η Τσεχία, η Δανία, η Γερμανία, η Εσθονία, η Ελλάδα, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ουγγαρία, η Ιταλία, η Λιθουανία, το Λουξεμβούργο, η Λετονία, η Μάλτα, η Ολλανδία, η Φινλανδία, η Σουηδία, η Σλοβενία και η Μεγάλη Βρετανία. (Syskeves, χ.χ.)

Σύμφωνα με τα λεγόμενα και της αρμόδιας επιτροπής για την Κοινωνία της Πληροφορίας και τα Μέσα Επικοινωνίας, Βίβιαν Ρέντινγκ, «ο αριθμός των ευρωπαίων πολιτών που απολαμβάνουν τα πλεονεκτήματα της ψηφιακής τηλεόρασης συνεχώς αυξάνεται», κάνοντας σαφές πως η διαδικασία μετάβασης προχωρά συντεταγμένα και ικανοποιητικά και θα βοηθήσει και την οικονομική ανάπτυξη της Ευρώπης. Έτσι, στα επόμενα χρόνια αναμένεται να επιτευχθεί ο σκοπός, που είναι να απελευθερωθεί σημαντική ποσότητα ραδιοσυχνοτήτων, αξιοποιώντας αυτή την απελευθέρωση για τη παροχή νέων τηλεοπτικών και ασύρματων υπηρεσιών. (Syskeves, χ.χ.)

1.7 Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα

Το πρότυπο για την επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα, όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι το DVB-T. Η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα ξεκίνησε περίπου στα μέσα της δεκαετίας του 1990, όταν η πρώτη επίγεια ψηφιακή πλατφόρμα δημιουργήθηκε στην εταιρία Intracom και έγιναν δοκιμαστικές εκπομπές εντός αυτής. Το 2000, το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος» απέκτησε τη δική του ψηφιακή πλατφόρμα και ξεκίνησε δοκιμαστικές εκπομπές τοπικής εμβέλειας στην Αγία Παρασκευή του νομού Αττικής. Το 2001, το τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής και Πολυμέσων και το εργαστήριο Έρευνας και Ανάπτυξης τηλεπικοινωνιακών συστημάτων PASIPHAΕ του Ανώτατου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Κρήτης απέκτησε τη δική του ψηφιακή πλατφόρμα. Από το 2001 μέχρι και σήμερα, πραγματοποιούνται εκπομπές στο Ηράκλειο Κρήτης. Το 2006, έγινε η σταδιακή έναρξη εκπομπής των τριών βασικών καναλιών που αποτελούν την πιλοτική πλατφόρμα εκπομπής της δημόσιας τηλεόρασης ΕΡΤ, την ΕΡΤ Ψηφιακή. (Satspot, 2011)

Μέχρι το καλοκαίρι του 2009, η ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα περιοριζόταν αποκλειστικά στη πλατφόρμα της ΕΡΤ, αποτελούμενη από το σινέ+ με προβολή ταινιών, το σπορ+ με προβολή αθλητικών δραστηριοτήτων και το πρίσμα+, με προβολή προγραμμάτων γενικού ενδιαφέροντος, με προσανατολισμό και υποστήριξη σε άτομα με αναπηρίες. Ακόμα, αναμεταδίδεται και το δορυφορικό ΠΙΚ. (Satspot, 2011)

Τον Ιούνιο του 2009, έκανε την εμφάνισή της η εταιρία Digea A.E., η οποία συστάθηκε από κοινού από τους τηλεοπτικούς σταθμούς ALPHA, ALTER, ANTI, MAKEDONIA TV, MEGA, ΣΚΑΙ και STAR, με σκοπό να αναλάβει τη μετάβαση στη ψηφιακή εκπομπή των τηλεοπτικών προγραμμάτων των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών εθνικής εμβέλειας. Έτσι, το Σεπτέμβριο του 2009 ξεκίνησε η ψηφιακή εκπομπή, με πρώτη περιοχή τον Κορινθιακό Κόλπο. Τον Ιανουάριο του 2010, σειρά είχε η Θεσσαλονίκη, ενώ τον Ιούνιο του ίδιου έτους σε ψηφιακή εκπομπή πέρασε και η Αττική, με τελευταία περιοχή να είναι η Θεσσαλία το Μάιο του 2011. (Digea, χ.χ.)



Χάρτης σημείων ψηφιακής εκπομπής στην Ελλάδα μέχρι το 2011.

1.8 Διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση: Τι είναι και τα οφέλη από αυτές τις υπηρεσίες

Η ψηφιακή διαδραστική τηλεόραση αντιπροσωπεύει την τάση των τηλεθεατών να αποκτήσουν πιο ενεργή συμμετοχή σε ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα, έχοντας διαδραστική και άμεση επικοινωνία, τείνοντας με αυτό τον τρόπο να εξαλειφθεί τελείως ο ορισμός του παθητικού δέκτη, που υπήρχε μέχρι σήμερα. Προσφέρει τη δυνατότητα προγραμματισμού σε πολλά κανάλια, έλεγχο του τηλεοπτικού περιεχομένου, προβολή μετά από σχετικό αίτημα του χρήστη συγκεκριμένων προγραμμάτων, όπως ταινίες, και τέλος διαδραστικές εφαρμογές μεταξύ διαφορετικών ατόμων, όπως αμφίδρομη επικοινωνία. Αξίζει να αναφερθεί πως για να

χρησιμοποιηθούν διαδραστικές υπηρεσίες απαιτείται ένα κανάλι επιστροφής, το οποίο εξαρτάται από την υπηρεσία. Τέτοια κανάλια είναι τα κινητά τηλέφωνα (μηνύματα SMS και MMS) και οι συνδέσεις Internet μέσω μόντεμ ή γραμμής ADSL. (Ebusiness forum, 2006)

Υπεύθυνοι για την εκπομπή της ψηφιακής διαδραστικής τηλεόρασης είναι οι εξής: (Ebusiness forum, 2006)

- τηλεοπτικοί πάροχοι (broadcaster),
- εταιρίες διανομής συνδέσεων, όπως ADSL,
- εταιρίες κατασκευής αποκωδικοποιητών,
- ενδιάμεσες εταιρίες, που δραστηριοποιούνται στο σχεδιασμό διαδραστικών εφαρμογών και περιεχομένου.

Ωστόσο, μια εταιρία μπορεί να δραστηριοποιείται σε παραπάνω από μία ιδιότητες. (Ebusiness forum, 2006)

Η ψηφιακή τηλεόραση μέσω πρωτοκόλλου Internet (IPTV - Internet Protocol TV) είναι μια νέα προηγμένη τεχνολογικά μορφή μετάδοσης τηλεοπτικού σήματος, μέσω της τηλεφωνικής πρίζας και της ευρυζωνικής σύνδεσης. Συνδέει ουσιαστικά την τηλεόραση με το Internet, μέσω ενός αποκλειστικού τμήματος ιδιωτικού τηλεφωνικού δικτύου, φέρνοντας στην συσκευή της τηλεόρασης σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως για παράδειγμα το YouTube, αντικαθιστώντας κάθε είδους παραδοσιακή μορφή επίγειου και δορυφορικού σήματος που γνωρίζαμε ως σήμερα με το ευρυζωνικό Internet. Η ευκολία εγκατάστασης και το μικρό κόστος είναι τα κύρια πλεονεκτήματα της συγκεκριμένης τεχνολογίας. (Wikipedia, χ.χ.)

Πιο συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες της διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης προσφέρονται μέσω σύνδεσης ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) ή ακόμα και οπτικών ινών. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι μια σύνδεση στο Internet και, φυσικά, η συσκευή της τηλεόρασης να μπορεί να συνδεθεί είτε ενσύρματα είτε ασύρματα στο Internet, καθώς και να υποστηρίζει την IPTV. (Wikipedia, χ.χ.)

Η σύνδεση ADSL είναι ένας τύπος ψηφιακής συνδρομητικής τηλεπικοινωνιακής γραμμής, όπου η μεταφορά των δεδομένων γίνεται γρηγορότερα, λόγω της χάλκινης κατασκευής των τηλεφωνικών γραμμών, από ότι με μία συμβατική τηλεφωνική γραμμή, που διαθέτει μόνο voice band modem. Έτσι, μέσω ενός φίλτρου διατίθεται γραμμή τηλεφωνικής επικοινωνίας και σύνδεση στο διαδίκτυο, καθώς μέσω της συγκεκριμένης σύνδεσης εμφανίζονται συχνότητες που δεν χρησιμοποιούνται από την τηλεφωνική γραμμή και μπορούν κάλλιστα να χρησιμοποιηθούν για σύνδεση στο Internet. (Wikipedia, χ.χ.)

Η σημερινή μορφή της IPTV εστιάζει στην παρακολούθηση τηλεοπτικών καναλιών και προγραμμάτων με ψηφιακή εικόνα, όπως αθλητικά, ενώ προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη να επιλέγει το περιεχόμενο, ανάλογα με τις ανάγκες του, είτε αφορούν ενημέρωση και εκπαίδευση είτε διασκέδαση και επικοινωνία, όπως για παράδειγμα ταινίες σε πρώτη τηλεοπτική προβολή, τηλεοπτικές σειρές, μουσικά βίντεο, ντοκιμαντέρ και ταξιδιωτικούς οδηγούς ή ακόμα και βίντεο μέσω του διαδικτύου. Έτσι, μπορεί να παρακολουθεί οτιδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή επιθυμεί, μετά από αίτημα σε συγκεκριμένες βάσεις δεδομένων, γνωστές ως υπηρεσίες video on demand. (Wikipedia, χ.χ.)

Η IPTV διακρίνεται σε τέσσερα είδη: (Dolceta, 2011)

- «Τηλεοπτικά κανάλια ή μεμονωμένες εκπομπές που υπάρχουν μόνο στον κυβερνοχώρο.» (Dolceta, 2011)
- «Παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια που εκπέμπουν ταυτόχρονα και στο Διαδίκτυο.» (Dolceta, 2011)
- «Παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια που διαθέτουν online επιλεγμένες εκπομπές τους κατ' απαίτηση (on-demand).» (Dolceta, 2011)
- «Παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια που παράγουν επιπλέον τηλεοπτικό περιεχόμενο, το οποίο διαθέτουν αποκλειστικά και μόνο στο δικτυακό τους τόπο.» (Dolceta, 2011)

Το κέρδος της νέας αυτής τεχνολογίας είναι το γεγονός πως όλος ο κόσμος του διαδικτύου εμφανίζεται στην άνεση της τηλεόρασης, ενώ επίσης ο χρήστης μπορεί να έχει τον έλεγχο στη ροή ενός προγράμματος, σταματώντας το, προχωρώντας, πηγαίνοντάς το πίσω, να το δει αργότερα ή ακόμα και να το παρακολουθήσει εάν παρουσιάστηκε μέχρι και εβδομάδες πριν.

ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ (BUSINESS PLAN)

Εισαγωγή

Ένα επιχειρηματικό πλάνο (business plan) είναι ένα εργαλείο που βοηθά να παρθεί μια απόφαση και αποτυπώνει επισήμως μια επιχειρηματική επένδυση, με στοιχεία όπως η επίτευξη επιχειρηματικών στόχων, η αιτιολόγηση γιατί αυτή η επένδυση θεωρείται εφικτή, το πλάνο για να επιτευχθούν αυτοί οι επιχειρηματικοί στόχοι, όπως επίσης και οι προσκείμενες πληροφορίες προς τον οργανισμό που επιχειρεί την επένδυση. Επιπλέον, μπορεί να έχει ως απώτερο στόχο την αλλαγή της αντίληψης ή της γνώμης, που διαθέτει ένας καταναλωτής, πελάτης ή ακόμα και ολόκληρη η κοινωνία για μία μάρκα. (Wikipedia, χ.χ.)

Ένα επιχειρηματικό πλάνο μπορεί να έχει δημιουργηθεί με στόχο το εξωτερικό ή εσωτερικό περιβάλλον. Το εξωτερικό περιβάλλον απευθύνεται κυρίως σε εξωτερικά οικονομικά ενδιαφερόμενα μέρη, που μπορεί να είναι υποψήφιοι επενδυτές και πελάτες, αλλά και σε χορηγούς. Όσον αφορά κυβερνητικές υπηρεσίες, τα εξωτερικά οικονομικά ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να είναι φορολογούμενοι, υψηλά κλιμάκια κυβερνητικών υπηρεσιών και διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί, όπως το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, η Παγκόσμια Τράπεζα, οικονομικοί οργανισμοί των Ηνωμένων Εθνών και πολυμερείς τράπεζες ανάπτυξης, όπως οι Asian Development Bank, African Development Bank και European Bank for Reconstruction and Development. (Wikipedia, χ.χ.)

Από την άλλη πλευρά, το εσωτερικό περιβάλλον αφορά άμεσα επιτεύξιμους επιχειρηματικούς στόχους, οι οποίοι μπορεί να καλύπτουν την ανάπτυξη ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας, ενός νέου συστήματος πληροφορικής, μια οικονομική και λειτουργική αναδιάρθρωση ή ακόμα και την αναδιαμόρφωση ενός εργοστασιακού χώρου. Φυσικά ένα τέτοιου είδους επιχειρηματικό πλάνο είναι καταρτισμένο σε συνάρτηση με την αξιολόγηση και παρακολούθηση της απόδοσης του ανθρώπινου δυναμικού και με μια γενικότερη

ανάλυση των εκάστοτε επιχειρηματικών δεδομένων, δηλαδή η επιτυχής έκβαση του δεν κρίνεται με βάση οικονομικά δεδομένα. (Wikipedia, χ.χ.)

Ένα καλώς αποτυπωμένο πλάνο μπορεί να κάνει μια επιχείρηση αξιόπιστη, κατανοητή και ελκυστική, ακόμα και για άτομα χωρίς εμπειρία στον κλάδο των επιχειρήσεων και φυσικά να εγγυηθεί την επιτυχία στο στόχο ή ακόμα και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Θεωρείται δεδομένο πως θα καταρτιστεί οικονομική μελέτη εκτίμησης του κόστους και των εσόδων της επένδυσης, παρόλο που υπάρχει το πολύ πιθανό ενδεχόμενο αποκλίσεων. Για τη σωστή προετοιμασία και επιτυχία του απαιτείται γνώση και συνοπτική αναφορά (εφόσον απαιτείται) σε συγκεκριμένους τομείς, όπως το μάρκετινγκ, τα χρηματοοικονομικά, τη διαχείριση των λειτουργιών και του ανθρώπινου δυναμικού, το νομικό πλαίσιο τόσο του κλάδου όσο και της επένδυσης, την εφοδιαστική αλυσίδα, την περίπτωση τραπεζικού δανείου και ο τρόπος αποπληρωμής του, τη σκοπιμότητα της επένδυσης, τα πολιτικοοικονομικά, κοινωνικά και τεχνολογικά δεδομένα, την κοινωνική και εταιρική ευθύνη της επιχείρησης γενικά και ως προς το περιβάλλον και, τέλος, τον ανταγωνισμό και πως με τη συγκεκριμένη επένδυση θα δημιουργηθεί συγκριτικό πλεονέκτημα, που θα οδηγήσει σε κέρδη. (Wikipedia, χ.χ.)

Με βάση τους παραπάνω άξονες, θα καταρτιστεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο, που θα αφορά επενδυτική κίνηση για τη δημιουργία μιας νέας υπηρεσίας που θα συνδυάζει τη διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση, το διαδίκτυο με το εύρος των υπηρεσιών του και την κινητή τηλεφωνία. Ακόμα, θα εξεταστεί κατά πόσο είναι τεχνολογικά εφικτή η υλοποίηση της, τον αντίκτυπο που θα έχει στο τρόπο ζωής των καταναλωτών, τα οφέλη που θα προκύψουν, καθώς βέβαια και τυχόν εμπόδια που θα παρουσιαστούν και θα πρέπει να υπερκεραστούν.

Digital Tech Ανώνυμη Εταιρία

BUSINESS PLAN



Δήλωση εμπιστευτικότητας και μη κοινοποίησης

Αυτό το έγγραφο περιέχει ιδιωτικές και εμπιστευτικές πληροφορίες. Όλα τα δεδομένα που περιλαμβάνονται, προβάλλονται με την προϋπόθεση πως δε θα κοινοποιηθούν εκτός από τα πρόσωπα που εμπλέκονται ή επιθυμούν να εμπλακούν με την εταιρία Digital Tech A.E. Ο παραλήπτης οφείλει να ενημερώσει εκείνους που επιθυμούν να εμπλακούν (υποψήφιοι επενδυτές, συνεργάτες, μελλοντικό εργατικό δυναμικό) για την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτό το έγγραφο και να ζητήσει την έγγραφη άδεια της εταιρίας για οποιαδήποτε κίνηση που δεν περιλαμβάνεται στο παρόν έγγραφο. (Biztree Inc., 2012)

Η εταιρία Digital Tech A.E. διατηρεί το εμπορικό σήμα και τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας που αναφέρονται στο παρόν έγγραφο και αφορούν την καινοτόμο υπηρεσία. (Biztree Inc., 2012)

Με την παραλαβή αυτού του εγγράφου, ο παραλήπτης αποδέχεται την προαναφερθείσα δήλωση. (Biztree Inc., 2012)

Σύνοψη

Περιγραφή επιχείρησης

Η σύσταση της νεοϊδρυόμενης επιχείρησης θα πραγματοποιηθεί κάτω από την ονομασία «Digital Tech» και θα έχει νομική μορφή ανώνυμης εταιρίας, που θα φέρει επωνυμία και διακριτικό τίτλο «Digital Tech A.E.». Αποτελεί νέα επιχειρηματική επένδυση με στόχο την επέκταση των χαρακτηριστικών της ψηφιακής τηλεόρασης που συναντώνται μέχρι σήμερα.

Σκοπός της συγκεκριμένης επένδυσης είναι η περαιτέρω διεύρυνση των εφαρμογών στον τομέα της ψηφιακής τεχνολογίας, και δη στη διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση, με ταυτόχρονη παροχή επιπλέον υπηρεσιών διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας. Το συγκεκριμένο επιχειρηματικό πλάνο βρίσκεται στο στάδιο της ιδέας, αφού προσμετρούνται και λαμβάνονται υπόψη όλες οι απαραίτητες παράμετροι για τη βιωσιμότητα της συγκεκριμένης επένδυσης.

Ο στόχος και το όραμα της επένδυσης είναι να υπάρξει μια πρωτοποριακή, έναντι του συνολικού ανταγωνισμού, υπηρεσία στον ελληνικό χώρο η οποία θα συνδυάζει διαδραστικά τις υπηρεσίες της ψηφιακής τηλεόρασης, της κινητής τηλεφωνίας και του διαδικτύου, προκειμένου να αποτελέσει μελλοντικά την πρώτη επιλογή των πελατών στην Ελλάδα και να εδραιωθεί στην αγορά και στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού ως κορυφαίου παροχέα υπηρεσιών.

Προϊόντα / Υπηρεσίες

Η αναφερόμενη επένδυση αφορά την ίδρυση μιας νέας εταιρίας με κύρια δραστηριότητα τη δημιουργία μιας νέας διαδραστικής πλατφόρμας ψηφιακής τηλεόρασης, η οποία θα δημιουργηθεί με βάση τα σημερινά πρότυπα στο διαδίκτυο και την τηλεόραση και σκοπό έχει να υπάρξει ένας συγκερασμός της ψηφιακής τηλεόρασης, υποστηρίζοντας τα προγράμματα Web TV του κάθε τηλεοπτικού σταθμού, του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας.

Μέσω της συγκεκριμένης επένδυσης, η εταιρία φιλοδοξεί να είναι ο πρωτοπόρος που θα συνδυάσει τη διαδραστική και διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση, διατηρώντας και εμπλουτίζοντας το περιεχόμενο τους, με την κινητή τηλεφωρία, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. Έτσι, πρόκειται να αυξηθεί η ανταπόκριση των καταναλωτών από την προστιθέμενη αξία που θα δημιουργηθεί.

Για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης απαιτούνται προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, που θα υποστηρίζουν το σύνολο των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας, και γι' αυτό το λόγο αναμένεται να υπογραφεί συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την εταιρία Samsung Electronics Hellas, η οποία θα αναλάβει το έργο της κατασκευής και προώθησης στην αγορά μιας νέας υπερσύγχρονης συσκευής τηλεόρασης.

Η καινοτομία και η πρωτοπορία του συγκεκριμένου εγχειρήματος, αποτελούν τους σημαντικότερους παράγοντες που μπορούν να οδηγήσουν σε επιτυχία και μελλοντική βιωσιμότητα την επένδυση. Παρουσιάζεται μία πολυπλατφορμική προσέγγιση παροχής υπηρεσιών, η οποία θα ανταποκρίνεται περισσότερο στις συνθήκες που αναμένεται να δημιουργηθούν μελλοντικά στην αγορά. Είναι προφανές πως η δημιουργία μιας νέας πλατφόρμας που θα συνδυάζει τη ψηφιακή τηλεόραση με το εύρος των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωρίας και του διαδικτύου, μέσω ενός νέου διαδραστικού τηλεοπτικού δέκτη, θα αποτελέσει επενδυτική προτεραιότητα μελλοντικά, ενώ θα υπάρξει η δυνατότητα ώστε η συγκεκριμένη πλατφόρμα να συμπληρώσει άλλες πλατφόρμες υπηρεσιών, προσφέροντας νέες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές.

Όσον αφορά την προσφερόμενη νέα υπηρεσία, οι υπηρεσίες της διαδραστικής και διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης θα προσφέρονται μέσω διαδικτύου. Όταν υπάρξει σύνδεση, θα εμφανίζεται στον τηλεοπτικό δέκτη μια μπάρα υπηρεσιών με συντομεύσεις, οι οποίες θα περιέχουν προγράμματα και εφαρμογές επικοινωνίας διαδικτύου και κινητής τηλεφωρίας, όπως είναι το Skype, MSN, YouTube, τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης και οι υπηρεσίες mail. Έτσι, θα δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να επικοινωνεί μέσω του τηλεοπτικού δέκτη, σταματώντας και συνεχίζοντας το τηλεοπτικό πρόγραμμα που παρακολουθούσε. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορεί να αποστείλει απευθείας ηλεκτρονικό

μήνυμα μέσω του λογαριασμού mail του, να πλοηγηθεί σε ιστοσελίδες του διαδικτύου (web browsing), όπως θα έκανε και από τον προσωπικό του υπολογιστή, και να προβεί σε σχολιασμό, ανεξαρτήτου ενδιαφέροντος, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ακόμα, θα δίνεται η δυνατότητα να ανεβάσει μουσική ή φωτογραφίες από τον υπολογιστή στην τηλεόραση, να παρακολουθήσει και να σχολιάσει ταινίες online, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα πλήρως διαδραστικό περιβάλλον με τη συνδρομή της διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης και του ευρύτερου διαδικτύου.

Το κέρδος της νέας αυτής τεχνολογίας είναι το γεγονός πως όλος ο κόσμος του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας θα εμφανίζεται στην άνεση της τηλεόρασης, ενώ επίσης μέσω της υποστήριξης του Web TV των τηλεοπτικών σταθμών, ο χρήστης θα μπορεί να έχει τον έλεγχο στη ροή ενός προγράμματος, σταματώντας το, προχωρώντας, πηγαίνοντάς το πίσω, να το δει αργότερα ή ακόμα και να το παρακολουθήσει εάν παρουσιάστηκε μέχρι και εβδομάδες πριν. Είναι πλέον σαφές πως οι καταναλωτές δε δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στις τεχνολογίες αλλά στην ουσία, που είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη ποιότητα εικόνας σε συνδυασμό με το διαδραστικό περιεχόμενο που πρόκειται να απολαύσουν.

Ο κλάδος δραστηριότητας και η αγορά που θα απευθύνεται

Η εταιρία θα ανήκει στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), ο οποίος συγκροτείται από τις συσκευές, τα λειτουργικά συστήματα, τις εφαρμογές και τα δίκτυα. Στο συγκεκριμένο κλάδο δραστηριοποιούνται περίπου 1.685 επιχειρήσεις, έχοντας νομική μορφή ανώνυμων εταιριών και εταιριών περιορισμένης ευθύνης. Το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες, ενώ και ο τομέας της πληροφορικής παρουσιάζει ανοδική πορεία.

Ο κλάδος διαθέτει εταιρίες που ο τομέας δραστηριοτήτων διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση. Γενικά, συναντώνται τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, πάροχοι δικτύων και διανομής συνδέσεων, πάροχοι υπηρεσιών, ψηφιακής τηλεόρασης και εναλλακτικού περιεχομένου ή ακόμα και επιχειρήσεις κατασκευής και εμπορίας εξοπλισμού τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής και σχεδιασμού διαδραστικών εφαρμογών και περιεχομένου. Για παράδειγμα, ο κύκλος εργασιών των 50 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου για το 2008,

αντικατοπτρίστηκε σε ένα ποσοστό της τάξεως του 80% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, ενώ οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, προερχόμενες από το χώρο των τηλεπικοινωνιών, κατείχαν το 44% των συνολικών πωλήσεων. Σύμφωνα με τις υπηρεσίες που πρόκειται να προσφέρει η προς σύσταση εταιρία, θα ανήκει στην αγορά της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης.

Το τηλεοπτικό περιεχόμενο, όπως επίσης και οι υπηρεσίες του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας, διατίθενται και χρησιμοποιούνται από κάθε ηλικιακό κοινό σε όλη την Ελλάδα, ανεξαρτήτως κοινωνικού στρώματος, μορφωτικού επιπέδου και γεωγραφικής θέσης, που είναι και ο στόχος προσέγγισης της εταιρίας, παρόλο που αξίζει να σημειωθεί πως το ηλικιακό κοινό από 20 έως 50 ετών γνωρίζει και είναι πιο εξοικειωμένο με τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών. Το απαραίτητο δίκτυο διανομής θα αποτελούν τα σημεία πώλησης, από τα οποία οι καταναλωτές θα μπορούν να προμηθεύονται τους τηλεοπτικούς δέκτες, που είναι το πανελλαδικό δίκτυο καταστημάτων λιανικής πώλησης Πλαίσιο.

Ανταγωνισμός

Με βάση την παρούσα κατάσταση που επικρατεί στην αγορά της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης, οι ανταγωνιστικοί πάροχοι IPTV, ως προς την εταιρία Digital Tech, είναι τέσσερις εταιρίες και πρόκειται για τις OTE, Forthnet, Hellas online και On Telecoms. Επομένως, γίνεται αντιληπτό πως μπορεί αριθμητικά ο ανταγωνισμός να μην είναι μεγάλος, ποιοτικά όμως είναι ιδιαίτερα έντονος, καθώς αναφέρεται σε προσφερόμενες ποιοτικές και καινοτόμες υπηρεσίες σε έναν τομέα ο οποίος αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς, δημιουργώντας αξιόπιστο brand name στη συνείδηση των πελατών. Αυτό, άλλωστε, επιβεβαιώνεται από τις εξαγορές που πραγματοποίησαν κατά καιρούς οι Όμιλοι OTE, Forthnet και On Telecoms, προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Η νέα υπηρεσία που θα διατεθεί από την εταιρία Digital Tech αναμένεται να δημιουργήσει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού, κάνοντάς τον πιο ευάλωτο. Ο λόγος είναι πως δεν υπάρχει παρόμοια υπηρεσία στην ελληνική αγορά και αναμένεται να λάβει μεγάλο μερίδιο αγοράς. Η ποιότητα και η αξιοπιστία του νέου προϊόντος θα είναι

άμεσα συνυφασμένα με την τελευταία τεχνολογία πλατφόρμα υπηρεσιών, ενώ η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί για καινοτόμο υπηρεσία θεωρείται ιδιαίτερα χαμηλή, καθώς κρίνεται σκόπιμο να υπάρξει η πολιτική μιας προσιτής οικονομικά υπηρεσίας προς όλα τα κοινωνικά στρώματα, σε συνδυασμό με τις σύγχρονες δύσκολες οικονομικές συγκυρίες.

Λειτουργίες

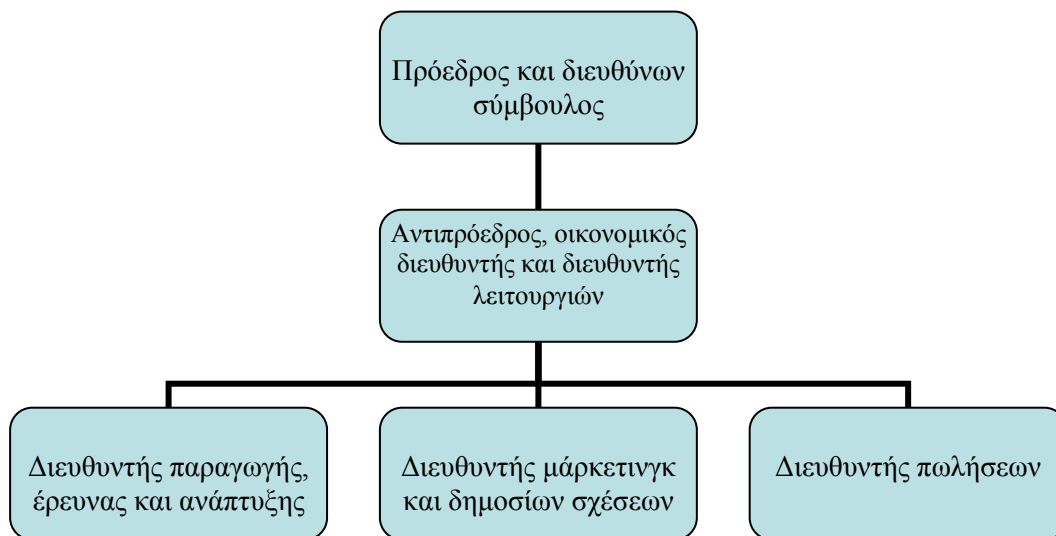
Οι εγκαταστάσεις της εταιρίας θα βρίσκονται σε ένα μισθωμένο χώρο 350 περίπου τετραγωνικών μέτρων στην Αθήνα.

Αρχικά, θα υπάρξει πρόσληψη προσωπικού 15 ατόμων, και κυρίως προγραμματιστών και τεχνικών που να διαθέτουν εξειδίκευση στην κατασκευή, συντήρηση και υποστήριξη πλατφορμών. Σε περίπτωση που απαιτείται μεγαλύτερος αριθμός προγραμματιστών ή τεχνικών, τότε θα εξεταστεί η λύση νέων προσλήψεων.

Οι μελλοντικές κινήσεις της εταιρίας θα αποσκοπούν στη δημιουργία νέων καινοτόμων υπηρεσιών και εφαρμογών μέσω της πλατφόρμας, με βάση τη διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση και τη διαδραστικότητα που μπορεί να προσφέρει, δημιουργώντας πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού και κερδίζοντας ακόμα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Οργανωτική δομή

Οι νευραλγικές διοικητικές θέσεις θα στελεχωθούν από τους μετόχους – επενδυτές της εταιρίας, που διαθέτουν την αντίστοιχη επαγγελματική εμπειρία, αποκτώντας έτσι το δικαίωμα του ελέγχου και της πορείας της επένδυσης που οι ίδιοι χρηματοδοτούν. Η οργανωτική δομή της θυγατρικής θα διαμορφώνεται όπως στο παρακάτω διάγραμμα.



Ευκαιρίες και ρίσκα

Η σύγκλιση των απόψεων για δημιουργία ενός νέου προϊόντος που δεν έχει κάνει την εμφάνισή του μέχρι σήμερα, καλύπτοντας μια ανεκπλήρωτη ανάγκη, και η ανάγκη να στεφθεί το συγκεκριμένο εγχείρημα με επιτυχία, δίνει ένα επιπλέον κίνητρο για την υλοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα να βελτιωθεί ο τρόπος ζωής του καταναλωτικού κοινού, είτε πρόκειται για ψυχαγωγία είτε για ενημέρωση. Η συγκεκριμένη υπηρεσία έχει ήδη εμφανιστεί σε χώρες της Ευρώπης, οπότε μελλοντικά θεωρείται δεδομένο πως θα εισχωρήσει και στην Ελλάδα.

Όμως, δε θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός πως, παρόλο που πρόκειται για επένδυση σε καινοτόμο προϊόν, εμπεριέχει το στοιχείο του ρίσκου, όπως κάθε νέα επένδυση. Στην αρχή πρόκειται να αντιμετωπιστεί με καχυποψία από το καταναλωτικό κοινό, αφενός διότι θα παρουσιάζεται μια υπηρεσία που δεν τη γνώριζε μέχρι σήμερα και θα πρέπει να πειστεί για την αναγκαιότητά της και, αφετέρου, λόγω της σημερινής δυσχερούς οικονομικής κατάστασης που έχει πλήξει όλα τα κοινωνικά στρώματα. Γι' αυτό το λόγο, κρίνεται σκόπιμο να δαπανηθούν σημαντικά ποσά σε στοχευμένους σκοπούς μάρκετινγκ, όπως είναι η τηλεοπτική και η έντυπη διαφήμιση, προκειμένου να υπάρξει προσέλκυση και εκτενής πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού για τις δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει η νέα υπηρεσία, ανεξαρτήτως ηλικιακού κοινού.

Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός

Το νεκρό σημείο για τη συγκεκριμένη επένδυση είναι το ποσό των 12.955 περίπου πωλήσεων. Παρόλα αυτά, η πρόβλεψη πωλήσεων έχει γίνει με τρεις πιθανές εκδοχές. Η πρώτη εκδοχή αφορά την καλύτερη δυνατή περίπτωση πωλήσεων, η δεύτερη την αναμενόμενη πορεία και η τρίτη το χειρότερο δυνατό σενάριο.

Πιο συγκεκριμένα, η βέλτιστη εκδοχή έχει να κάνει με πρόβλεψη 30 χιλιάδων συνδρομητών σε ένα έτος, που είναι και ο πρωταρχικός στόχος. Η δεύτερη εκδοχή, που ανταποκρίνεται και περισσότερο στην πραγματικότητα, έχει να κάνει με απόδοση πωλήσεων της τάξεως των 17 χιλιάδων συνδρομητών και, τέλος, η τρίτη εκδοχή, που αφορά και το χειρότερο σενάριο, αφορά πρόβλεψη πωλήσεων της τάξεως των 7 χιλιάδων συνδρομών.

Οι προβλέψεις έχουν πραγματοποιηθεί για το πρώτο οικονομικό έτος λειτουργίας της εταιρίας και έχουν γίνει με βάση τη χειρίστη περίπτωση των 7 χιλιάδων πωλήσεων, αφού κρίθηκε σκόπιμο να καταγραφεί το χειρότερο δυνατό σενάριο οικονομικής κατάστασης που μπορεί να περιέλθει η εταιρία.

Έτσι, με βάση τον ισολογισμό, τα συνολικά στοιχεία ενεργητικού και παθητικού ανέρχονται στα 17.758.414,5 ευρώ, ενώ με βάση τη κατάσταση των αποτελεσμάτων χρήσης, παρουσιάζονται ζημίες της τάξεως των 68.088 ευρώ.

Χρηματοδότηση της επένδυσης

Το συγκεκριμένο επιχειρηματικό πλάνο αξιοποίησης έχει σκοπό την προσέλκυση υποψήφιων επενδυτών, οι οποίοι θέλουν να εισέλθουν επενδυτικά στον ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, μέσω της ψηφιακής και διαδικτυακής τεχνολογίας. Η ψηφιακή τεχνολογία πρόκειται να κυριαρχήσει στην Ελλάδα μελλοντικά, με βάση τα διεθνή πρότυπα που επιβάλλονται, δημιουργώντας έτσι νέες πηγές εσόδων. Άλλωστε, η επένδυση συνδέεται άμεσα με το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς, το οποίο κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες.

Το αρχικό κεφάλαιο εκκίνησης θα είναι είκοσι εκατομμύρια ευρώ, με την ομάδα των ιδρυτών να επενδύει τα οχτώ εκατομμύρια ευρώ, χωρίς να υπάρχει η πρόθεση τραπεζικού δανείου. Κατά συνέπεια, τα υπόλοιπα δώδεκα εκατομμύρια ευρώ θα διατεθούν σε μετοχές προς τους ενδιαφερόμενους επενδυτές. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο θα χρησιμοποιηθεί, κατά κύριο λόγο, για τα έξοδα ανάπτυξης και λειτουργίας της εταιρίας, συμπεριλαμβάνοντας τα μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου και τις διαφημιστικές δαπάνες που θα πραγματοποιηθούν, ενώ σκοπός είναι οι όποιες μελλοντικές προωθητικές ενέργειες να καλύπτονται από ένα μικρό ποσοστό των κερδών από τις πωλήσεις.

Πιο συγκεκριμένα, το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης μέχρι την αρχική διάθεση της νέας υπηρεσίας είναι οχτώ μήνες. Τα έξοδα ανάπτυξης αφορούν τα κόστη εκείνα που θα δαπανηθούν σε αυτό το χρονικό διάστημα μέχρι την αρχική εισροή συνδρομών από τις πρώτες πωλήσεις και περιλαμβάνουν τα πάγια λειτουργικά έξοδα, όπως είναι η αμοιβή του προσωπικού, η καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και η ηλεκτροδότησή τους, τα έξοδα σύστασης της επιχείρησης, το τέλος υποβολής Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ, η αγορά εξοπλισμού, τα έργα ανακατασκευής εσωτερικών εγκαταστάσεων, οι διαφημιστικές δαπάνες, το κόστος δημιουργίας της πλατφόρμας και το κόστος ασφάλισης εξοπλισμού και προσωπικού.

Τα έξοδα ανάπτυξης για το πρώτο οχτάμηνο εκτιμάται ότι θα ανέλθουν στα 2.180.300 ευρώ, ενώ ένα ενδεικτικό συνολικό κόστος για τη συγκεκριμένη στρατηγική προώθησης και διαφήμισης της νέας υπηρεσίας ανέρχεται στα 526.088 ευρώ, συμπεριλαμβάνοντας τα συνολικά κόστη της παραγωγής και του πλάνου προώθησης και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Θα ακολουθηθούν δύο συγκεκριμένες στρατηγικές προώθησης και διαφήμισης, η μία εκ των οποίων θα έχει ως βάση την προβολή της νέας υπηρεσίας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης υψηλής εμβέλειας, με στόχο τη μαζική πληροφόρηση και προσέλκυση των καταναλωτών. Οι εφημερίδες και η τηλεόραση αποτελούν δίκτυα ενημέρωσης για το σύνολο του πληθυσμού και μία στοχευμένη καταχώρηση στα συγκεκριμένα μέσα θα ήταν μια επιτυχημένη στρατηγική. Η δεύτερη στρατηγική ενέργεια θα αφορά τη διανομή

διαφημιστικών εντύπων προς το καταναλωτικό κοινό, όταν αυτό θα εισέρχεται στο δίκτυο καταστημάτων Πλαίσιο, ή την αποστολή ενημερωτικών email.

Στόχος είναι να αυξηθεί η καθαρή θέση της εταιρίας στην επόμενη πενταετία, κάτι που θα δώσει απόδοση στα κεφάλαια των επενδυτών, ενώ με στοχευμένες κινήσεις σε επίπεδο κόστους, θα επιτευχθεί και η βιωσιμότητα της επένδυσης. Επομένως, η ανάδραση του εγχειρήματος προς τους επενδυτές θα γίνεται μέσω των κερδών από τις πωλήσεις της νέας υπηρεσίας, ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής που κατέχει ο εκάστοτε επενδυτής στο μετοχικό κεφάλαιο. Η μερισματική πολιτική θα διαμορφωθεί, σε περίπτωση κερδοφορίας, σύμφωνα με τις ταμειακές και επενδυτικές ανάγκες της εταιρίας.

1. Περιγραφή επιχείρησης

Η σύσταση της νεοϊδρυόμενης επιχείρησης θα πραγματοποιηθεί κάτω από την ονομασία «Digital Tech». Η νομική της μορφή θα είναι ανώνυμης εταιρίας και θα φέρει επωνυμία και διακριτικό τίτλο «Digital Tech A.E.». Αποτελεί νέα επιχειρηματική επένδυση με στόχο την επέκταση των χαρακτηριστικών της ψηφιακής τηλεόρασης που συναντώνται μέχρι σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της συγκεκριμένης επένδυσης είναι η περαιτέρω διεύρυνση των εφαρμογών στον τομέα της ψηφιακής τεχνολογίας, και δη στη διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση, με ταυτόχρονη παροχή επιπλέον υπηρεσιών διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας. Η IPTV είναι μια νέα τεχνολογία που συνδέει ουσιαστικά την τηλεόραση με το Internet μέσω ενός αποκλειστικού τμήματος ιδιωτικού τηλεφωνικού δικτύου, φέρνοντας στην συσκευή της τηλεόρασης σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως το YouTube, και υποστηρίζοντας τα προγράμματα Web TV του κάθε τηλεοπτικού σταθμού, αντικαθιστώντας κάθε είδους παραδοσιακή μορφή επίγειου και δορυφορικού σήματος που γνωρίζαμε ως σήμερα με το ευρυζωνικό Internet. (Wikipedia, χ.χ.)

Οι εγκαταστάσεις της εταιρίας θα βρίσκονται σε μισθωμένο χώρο 350 περίπου τετραγωνικών μέτρων στην Αθήνα και, πιο συγκεκριμένα, στην περιοχή του Αμαρουσίου με Ταχυδρομικό Κώδικα 15124. Υπάρχει η σκέψη μεταφοράς της έδρας της εταιρίας σε νέα ιδιόκτητη μελλοντικά, ανάλογα με την αύξηση του μεγέθους της εταιρίας.

Το πλάνο βρίσκεται στο στάδιο της ιδέας, αφού προσμετρούνται και λαμβάνονται υπόψη όλες οι απαραίτητες παράμετροι για την αναγκαιότητα και βιωσιμότητα της συγκεκριμένης επένδυσης. Τα στάδια που ακολουθούν έχουν να κάνουν με την εξέταση της δυνατότητας υλοποίησής της επιχειρηματικής αυτής επέκτασης.

Συνοπτικά, αξίζει να αναφερθεί πως θα υπάρξει πρόσληψη προσωπικού 15 ατόμων, και κυρίως προγραμματιστών και τεχνικών που να διαθέτουν εξειδίκευση στην κατασκευή, συντήρηση και υποστήριξη πλατφορμών. Επίσης, το κοινό - στόχος, που θα απευθύνεται η υπηρεσία, μπορεί να είναι είτε άτομα εξοικειωμένα με τις βασικές γνώσεις της ψηφιακής

τεχνολογίας, όπως είναι άτομα ηλικίας από 20 έως 50 ετών, είτε άτομα που δεν ανήκουν στο συγκεκριμένο ηλικιακό κοινό και δεν έχουν γνώσεις περί της ψηφιακής τεχνολογίας.

Το συγκεκριμένο επιχειρηματικό πλάνο έχει σκοπό την προσέλκυση υποψήφιας επενδυτών, οι οποίοι θέλουν να εισέλθουν επενδυτικά στον ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας. Είναι κοινώς αποδεκτό, άλλωστε, πως η ψηφιακή τεχνολογία θα κυριαρχήσει στο μέλλον και στην Ελλάδα, με βάση τα διεθνή πρότυπα που επιβάλλονται, δημιουργώντας έτσι περιθώρια νέων εσόδων. Επιπρόσθετα, το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες, ενώ και ο τομέας της πληροφορικής παρουσιάζει ιδιαίτερα ανοδική πορεία.

1.1 Συνοπτική επισκόπηση του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

Το περιεχόμενο του συγκεκριμένου επιχειρηματικού πλάνου (business plan) συνδυάζει τρία τεχνολογικά λειτουργικά συστήματα, καθώς υπάρχει ένας συγκερασμός της ψηφιακής τηλεόρασης, του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας. Η περαιτέρω σύγκλιση των ψηφιακών τεχνολογιών, όπως της πληροφορικής, της ψηφιακής τηλεόρασης, του διαδικτύου, με επέκταση και στην IPTV, αλλά και η διαδραστικότητα μεταξύ τους, δημιουργούν νέες οικονομικές ευκαιρίες με μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και μελλοντικά θα κυριαρχήσουν. Οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών αποτελούν μία πρόκληση για την Ελλάδα, σε αντίθεση με την Ευρώπη όπου ήδη παρέχονται στους πολίτες με ένα πολύ μεγάλο εύρος υπηρεσιών. *Ο κλάδος Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)*, περί ου ο λόγος, ο οποίος συγκροτείται από τις συσκευές, τα λειτουργικά συστήματα, τις εφαρμογές και τα δίκτυα, δημιουργεί νέες ταχύτερες συνθήκες ως προς τον τρόπο παραγωγής, διαφήμισης και διανομής του περιεχομένου στους καταναλωτές. Άλλωστε, είναι κοινώς αποδεκτό πως οι καινοτόμες εφαρμογές είναι εκείνες που προσελκύουν την αγορά σε πολύ μεγάλο βαθμό, με αποτέλεσμα πολλές εταιρίες να ενδιαφέρονται στο να αναπτύξουν νέες εφαρμογές στις πλατφόρμες λειτουργικών συστημάτων. (Greek Digital TV, 2011, Ναυτεμπορική, 2011)

Στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών δραστηριοποιούνται περίπου 1.685 επιχειρήσεις, έχοντας νομική μορφή ανώνυμων εταιριών και εταιριών περιορισμένης ευθύνης (όσον αφορά τις ετερόρρυθμες και ομόρρυθμες εταιρίες του κλάδου δεν έχει αποσαφηνιστεί ο ακριβής αριθμός αυτών). Από αυτές, το 85% δραστηριοποιείται στην πληροφορική, ενώ το υπόλοιπο 15% στις τηλεπικοινωνίες, με 1 στις 3 επιχειρήσεις να έχει ιδρυθεί μετά το 2001. (Κοντιζά, 2008: 4) Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες, ενώ και ο τομέας της πληροφορικής παρουσιάζει ιδιαίτερα ανοδική πορεία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ), η συμβολή του κλάδου στο ΑΕΠ είναι της τάξεως του 3,3%. Για την περίοδο από το 2000 έως το 2007, το ακαθάριστο προϊόν του κλάδου αυξήθηκε κατά 65,7%, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως του 7,5%, τη στιγμή που τα αντίστοιχα ποσοστά του συνόλου του εγχώριου προϊόντος ήταν 61,6%, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 7,1%. (Κοντιζά, 2008: 7) Για το 2007, ο συνολικό τζίρος άγγιξε τα 14,5 εκατομμύρια ευρώ, παρουσιάζοντας άνοδο της τάξεως του 8% σε σύγκριση με το 2006. Επιπλέον, ο κύκλος εργασιών των 50 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου για το 2008, αντικατοπτρίζεται σε ένα ποσοστό της τάξεως του 80% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, ενώ οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, προερχόμενες από το χώρο των τηλεπικοινωνιών, κατέχουν το 44% των συνολικών πωλήσεων, εξαιτίας του υψηλού τζίρου του ΟΤΕ και των εταιριών κινητής τηλεφωνίας (Cosmote, Vodafone, Wind). (Κοντιζά, 2008: 9)

Η δυναμική του κλάδου διαφαίνεται και από το γεγονός πως μία στις τρεις επιχειρήσεις δηλώνουν πως οι αποφάσεις τους για περαιτέρω επενδύσεις δε λαμβάνονται υπόψη με βάση τη γενικότερη οικονομική κρίση. Όμως, παρόλα τα παραπάνω, απαιτούνται μεγαλύτερου εύρους επενδυτικές κινήσεις, όπως για παράδειγμα στην ευρυζωνικότητα, έχοντας σκοπό την ανάπτυξη ενός από τους σημαντικότερους και ισχυρότερους κλάδους της οικονομίας, που ταυτόχρονα θα συμβάλλει στην ισχυροποίηση της οικονομίας της χώρας. (Κοντιζά, 2008: 17)

Έπειτα από μια περίοδο, αρχής γενομένης από το 2005 έως και το 2007, συνεχούς ανάπτυξης και μεγάλης αύξησης του κύκλου εργασιών των μεγεθών των εταιριών του

κλάδου (κατά περίπου 17%), από το 2008 μέχρι και σήμερα, παρατηρείται όπως είναι λογικό μια υποχώρηση των μεγεθών των εταιριών του κλάδου, λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης, παρόλο που έχει επηρεαστεί λιγότερο σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας. (Greek Digital TV, 2011, Κοντιζά, 2008: 8) Με βάση τα αποτελέσματα των ενοποιημένων ισολογισμών των εταιριών του κλάδου που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών, διαπιστώνεται σαφώς ότι ο κύκλος εργασιών στο 9μηνο του 2011 διαμορφώθηκε στα 6,8 δις ευρώ, παρουσιάζοντας πτώση της τάξεως του 6,1% σε σχέση με το αντίστοιχο 9μηνο του 2010, όπου είχε διαμορφωθεί στα 7,2 δις ευρώ. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Τέλος, παρόλα τα παραπάνω αποτελέσματα, θα πρέπει να τονιστεί πως σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του European Information Technology Observatory (EITO), ο τομέας τόσο της πληροφορικής όσο και των τηλεπικοινωνιών είχε μικρότερες απώλειες απ' ότι είχε αρχικά εκτιμηθεί. Πιο συγκεκριμένα, η υποχώρηση ήταν της τάξεως του 5,3% για το 2011 (τη στιγμή που το 2010 η πτώση ήταν στο 9,8%), ενώ για το 2012 γίνεται λόγος για οριακή πτώση της τάξεως του 0,5%. (Ναυτεμπορική, 2011)

1.2 Περιγραφή της εταιρίας

Η σύσταση της νεοϊδρυόμενης επιχείρησης θα πραγματοποιηθεί κάτω από την ονομασία «Digital Tech» και θα έχει νομική μορφή ανώνυμης εταιρίας, ενώ θα φέρει επωνυμία και διακριτικό τίτλο «Digital Tech A.E.». Αποτελεί νέα επιχειρηματική επένδυση με στόχο την επέκταση των χαρακτηριστικών της ψηφιακής τηλεόρασης που συναντώνται μέχρι σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της συγκεκριμένης επένδυσης είναι η περαιτέρω διεύρυνση των εφαρμογών στον τομέα της ψηφιακής τεχνολογίας, και πιο συγκεκριμένα στη διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση, με ταυτόχρονη παροχή επιπλέον υπηρεσιών διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας.

Η IPTV είναι μια νέα τεχνολογία που συνδέει ουσιαστικά την τηλεόραση με το Internet μέσω ενός αποκλειστικού τμήματος ιδιωτικού τηλεφωνικού δικτύου. Το ψηφιακό τηλεοπτικό σήμα παρέχεται στους συνδρομητές μέσω του πρωτοκόλλου IP (Internet

protocol) και μιας ευρυζωνικής (broadband) σύνδεσης, όπως ADSL, φέρνοντας στην συσκευή της τηλεόρασης σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως για παράδειγμα το YouTube. (Wikipedia, χ.χ., Dolceta, 2011)

Η IPTV έχει ήδη κάνει την εμφάνιση της στην ελληνική αγορά, ενώ υπάρχουν και τηλεοράσεις που υποστηρίζουν το IPTV, προσφέροντας όμως μόνο τη δυνατότητα παρακολούθησης ταινιών και αθλητικών αγώνων από συγκεκριμένες βάσεις δεδομένων και βίντεο μέσω του διαδικτύου. Κατά συνέπεια, γίνεται αντιληπτό πως βρίσκεται σε πολύ πρώιμο στάδιο και επιδέχεται περαιτέρω ανάπτυξης στο μέλλον, με σκοπό να υποστηρίζει προγράμματα Web TV του εκάστοτε τηλεοπτικού σταθμού, όπως για παράδειγμα του ANTI και του ΣΚΑΪ που ήδη προσφέρουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία, μέσα από υψηλού επιπέδου ποιότητα, με σταθερές ταχύτητες άνω των 8 Mbps, μεγάλη γεωγραφική παρουσία και μεγάλης γκάμας περιεχομένου. (Μπόθος, 2009)

Συνοπτικά, όσον αφορά την περιγραφή της τεχνολογίας που θα υλοποιηθεί, η αναφερόμενη επένδυση αφορά μια νέα διαδραστική πλατφόρμα ψηφιακής τηλεόρασης, η οποία θα δημιουργηθεί με βάση τα σημερινά πρότυπα στο διαδίκτυο και την τηλεόραση και σκοπός είναι να υπάρξει ένας συγκερασμός της ψηφιακής τηλεόρασης, υποστηρίζοντας τα προγράμματα Web TV του κάθε τηλεοπτικού σταθμού, του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας. Η δημιουργία της νέας ενιαίας αυτής πλατφόρμας, η οποία συνδυάζει τους τρεις αυτούς τύπους νέας τεχνολογίας, είναι πρακτικά εφαρμόσιμη και κατασκευάσιμη.

Η κατασκευή, διαχείριση και υποστήριξη της ενιαίας αυτής πλατφόρμας υπηρεσιών διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης, διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας θα είναι αποκλειστική ευθύνη της εταιρίας Digital Tech.

Όπως γίνεται αντιληπτό, για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης θα απαιτηθούν προϊόντα υψηλής τεχνολογίας. Όσον αφορά τον τηλεοπτικό δέκτη, η εταιρία Samsung Electronics Hellas θα αναλάβει το έργο της κατασκευής και προώθησης στην αγορά μιας νέας υπερσύγχρονης smart διαδραστικής συσκευής τηλεόρασης, που θα υποστηρίζει το σύνολο των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας και όχι μόνο διαδικτυακές σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως συναντάται μέχρι σήμερα.

Το κέρδος της νέας αυτής τεχνολογίας είναι το γεγονός πως όλος ο κόσμος του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας θα εμφανίζεται στην άνεση της τηλεόρασης, ενώ επίσης μέσω της υποστήριξης του Web TV των τηλεοπτικών σταθμών, ο χρήστης θα μπορεί να έχει τον έλεγχο στη ροή ενός προγράμματος, σταματώντας το, προχωρώντας, πηγαίνοντάς το πίσω, να το δει αργότερα ή ακόμα και να το παρακολουθήσει εάν παρουσιάστηκε μέχρι και εβδομάδες πριν, και που δεν μπόρεσε να παρακολουθήσει, όπως για παράδειγμα αθλητικοί αγώνες.

Η εταιρία Digital Tech οφείλει να πληροί απόλυτα τις προδιαγραφές για την συγκεκριμένη επενδυτική κίνηση, με βάση τα ελληνικά και διεθνή πρότυπα που ορίζονται από τους αρμόδιους φορείς όσον αφορά την τήρηση των κανόνων που έχουν να κάνουν με τις δραστηριότητες της εταιρίας για παροχή δικτύων και ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Κατά συνέπεια, όσον αφορά το εγχώριο νομικό πλαίσιο, με βάση το Σύνταγμα, θα πληροί τις προϋποθέσεις που θέτει τόσο το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών όσο και η ΕΕΤΤ (Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων), ενώ όσον αφορά το ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο, τις προϋποθέσεις που θέτει ο οργανισμός ETSI (European Telecommunications Standards Institute). (ΕΕΤΤ, 2008)

Η ΕΕΤΤ είναι η ανεξάρτητη εποπτική και ρυθμιστική αρχή, που ιδρύθηκε το 1992 με το Ν.2075. Ελέγχει, αδειοδοτεί και ρυθμίζει τα δικαιώματα των εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, ασύρματων και δορυφορικών επικοινωνιών και διαδικτύου για το πλαίσιο παροχής ηλεκτρομαγνητικού φάσματος και δικτύων και γενικότερα τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες στην Ελλάδα, με βάση τον ισχύοντα Ν.3431/2006 περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών. (ΕΕΤΤ, 2008) Ακόμα, έχει άμεση συνεργασία με τον οργανισμό Body of European Regulators for Electronic Communications, ο οποίος ρυθμίζει την τηλεπικοινωνιακή αγορά, μέσω των δικτύων και των υπηρεσιών, στην Ευρωπαϊκή Ένωση. (BEREC, 2012) Από την άλλη πλευρά, ο ανεξάρτητος οργανισμός ETSI είναι υπεύθυνος για τη τήρηση των κανόνων λειτουργίας των τηλεπικοινωνιακών εταιριών στην Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένου και των παρόχων δικτύων, έχοντας παγκόσμια εμβέλεια. (Wikipedia, 2011)

Αξίζει να σημειωθεί πως η εταιρία Digital Tech θα παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπό καθεστώς Γενικής Άδειας, βασιζόμενη στην υποδομή του δικτύου του Ομίλου ΟΤΕ για την παροχή υπηρεσιών χονδρικής ευρυζωνικής πρόσβασης, με τον οποίο θα υπογραφεί σχετική σύμβαση, καταβάλλοντας μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου. Παρόλο που η εταιρία δε διαθέτει δική της υποδομή ηλεκτρονικών επικοινωνιών, υποχρεούται βάση νόμου να υποβάλλει Δήλωση Καταχώρησης για διάθεση υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών από τρίτους, προκειμένου να καταχωρηθεί στο Μητρώο Παρόχων Δικτύων και Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών της ΕΕΤΤ. (ΕΕΤΤ, 2008, ΟΤΕ Wholesale, 2011)

Τα απαραίτητα συνοδευτικά έγγραφα με τη Δήλωση Καταχώρησης καθορίζονται με βάση την παρακάτω δήλωση: (ΕΕΤΤ, 2008)

«Εφόσον η Εταιρεία είναι νεοσυσταθείσα, απαραίτητα έγγραφα είναι το Συμβολαιογραφικό έγγραφο συστάσεως, η σχετική ανακοίνωση της αποφάσεως του Νομάρχη περί συστάσεως από το οικείο τμήμα Αωνύμων εταιρειών του Υπουργείου Ανάπτυξης που τηρεί τα μητρώα Αωνύμων εταιρειών (Νομαρχία) και το αντίγραφο διπλοτύπου του Δημοσίου Ταμείου που ενσωματώνει τον κωδικό δημοσιεύσεως. Οι Φορείς αναλαμβάνουν την υποχρέωση να προσκομίσουν τα ΦΕΚ όταν δημοσιευθούν.» (ΕΕΤΤ, 2008)

Στην ενότητα 1 του Παραρτήματος Α παρουσιάζεται αναλυτικά το υπόδειγμα της Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ για την άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπό καθεστώς Γενικής Άδειας. (ΕΕΤΤ, 2008)

Τέλος, η Ελλάδα, με άμεσο αντίκτυπο και στις εταιρίες τηλεπικοινωνιών, είναι μέλος του International Telecommunication Union (ITU – Διεθνής Ένωση Τηλεπικοινωνιών), του εξειδικευμένου διεθνή οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη συμμόρφωση των χωρών ανά τον κόσμο με τους διεθνείς κανόνες, και κατά συνέπεια των εταιριών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Με βάση τα επίσημα κείμενα του συγκεκριμένου οργανισμού, μέσα στις αρμοδιότητες του είναι ο διαχωρισμός και η εκχώρηση τροχιακής θέσης του δορυφορικού μερίσματος των τηλεπικοινωνιών ανά χώρα,

της βελτίωσης των τηλεπικοινωνιακών υποδομών και της τήρησης των παγκοσμίων γενικών κανόνων και προτύπων λειτουργίας. (ITU, 2008)

1.3 Σκοπός και στόχοι

Το όραμα και οι στρατηγικοί στόχοι της νεοσύστατης εταιρίας Digital Tech είναι να προσφέρει όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες υψηλού επιπέδου στους καταναλωτές. Μέσω της συγκεκριμένης επένδυσης, σκοπός είναι να φέρει μια πρωτοποριακή, έναντι του συνολικού ανταγωνισμού, υπηρεσία στον ελληνικό χώρο η οποία θα συνδυάζει διαδραστικά τις υπηρεσίες της ψηφιακής τηλεόρασης, της κινητής τηλεφωνίας και του διαδικτύου, προκειμένου να αποτελέσει μελλοντικά την πρώτη επιλογή των πελατών σε όλη την Ελλάδα και την εδραίωσή της στη διεθνή αγορά ως κορυφαίου παροχέα υπηρεσιών με μια υπεύθυνη και με σεβασμό στάση απέναντι στον άνθρωπο και το περιβάλλον. (OTE, 2011)

Επιπρόσθετα, στρατηγικός στόχος της εταιρίας είναι οι περαιτέρω επενδύσεις στην ευρυζωνικότητα μελλοντικά μέσω ιδιόκτητου δικτύου γραμμών και οπτικών ινών, με σκοπό τη βελτιστοποίηση των υπηρεσιών μέσα από βιώσιμες μειώσεις κόστους, την αξιοποίηση των νέων υπηρεσιών από όλο και περισσότερους καταναλωτές ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης, τη βελτίωση της εξυπηρέτησης και της τεχνικής υποστήριξης των πελατών, τη διαρκή βελτίωση στην ευελιξία και την παραγωγικότητα με ταυτόχρονη σύγκλιση των τεχνολογιών και δημιουργία νέων εμπορικών και καινοτόμων προϊόντων και προτάσεων. (OTE, 2011)

1.4 Παράγοντες επιτυχίας και βιωσιμότητας

Η καινοτομία και η πρωτοπορία, που ακολουθούν τη συγκεκριμένη επενδυτική κίνηση, αποτελούν τους σημαντικότερους παράγοντες που μπορούν να οδηγήσουν σε επιτυχία και μελλοντική βιωσιμότητα την επένδυση. Έτσι, παρουσιάζεται μία πολυπλατφορμική προσέγγιση παροχής υπηρεσιών, η οποία θα ανταποκρίνεται περισσότερο στις συνθήκες που αναμένεται να δημιουργηθούν μελλοντικά στην αγορά. Είναι προφανές

πως η δημιουργία μιας νέας πλατφόρμας που θα συνδυάζει τη ψηφιακή τηλεόραση με το εύρος των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας και του διαδικτύου, μέσω ενός νέου διαδραστικού τηλεοπτικού δέκτη, θα αποτελέσει επενδυτική προτεραιότητα μελλοντικά, ενώ θα υπάρξει η δυνατότητα ώστε η συγκεκριμένη πλατφόρμα να συμπληρώσει άλλες πλατφόρμες υπηρεσιών, προσφέροντας νέες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές. Αυτό που γίνεται αντιληπτό είναι πως οι καταναλωτές δε δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στις τεχνολογίες αλλά στην ουσία, που είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη ποιότητα εικόνας σε συνδυασμό με το διαδραστικό περιεχόμενο που πρόκειται να απολαύσουν.

Κατά αυτόν τον τρόπο, η νεοσύστατη εταιρία θα επιδιώξει να δημιουργήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων εταιριών του κλάδου, με μία πρωτοποριακή υπηρεσία - εξέλιξη που θα εμφανιστεί στην ελληνική αγορά, που πρόκειται να αυξήσει την ανταπόκριση των καταναλωτών από την προστιθέμενη αξία που θα δημιουργηθεί. Το απαιτούμενο κεφάλαιο θα επενδυθεί για τη δημιουργία της νέας πλατφόρμας υπηρεσιών και τη μίσθωση γραμμών και πορτών διασύνδεσης από το δίκτυο του ΟΤΕ. Μελλοντικά, ανάλογα με το μέγεθος της εταιρίας, θα εξεταστεί το ενδεχόμενο κατασκευής και χρηματοδότησης ιδιόκτητου δικτύου γραμμών, με σκοπό την περαιτέρω αναβάθμιση των δικτύων και της ευρυζωνικότητας, στοιχείων απαραίτητων για την υλοποίηση του συγκεκριμένου πλάνου, με προσφορά όλο και μεγαλύτερων ταχυτήτων σε όλη την Ελλάδα και ταυτόχρονη ανάπτυξη και υποστήριξη της νέας πλατφόρμας που θα συνδυάζει τις τρεις τεχνολογίες.

1.5 Μετοχική σύνθεση και ανάδραση της επένδυσης

Κύριοι μέτοχοι του πλειοψηφικού πακέτου της εταιρίας «Digital Tech A.E.» θα είναι οι ιδρυτές της επιχείρησης, ενώ οι υποψήφιοι επενδυτές θα έχουν τη δυνατότητα να γίνουν μέτοχοι, κατέχοντας όμως ποσοστό μικρότερο του 40% που θα κατέχουν οι ιδρυτές, αποκτώντας έτσι το δικαίωμα του ελέγχου και της πορείας της επένδυσης, που οι ίδιοι χρηματοδοτούν. Στον παρακάτω πίνακα γίνεται ακριβής αναφορά της μετοχικής σύνθεσης και του ποσοστού που θα κατέχουν οι ιδρυτές και οι υποψήφιοι επενδυτές – μέτοχοι.

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό στη μετοχική σύνθεση
Ιδρυτές	8.000.000	40 %
Λοιποί μέτοχοι - επενδυτές	12.000.000	60 %
Σύνολο	20.000.000	100 %

Η αρχική τιμή της μετοχής θα είναι 1 ευρώ, ενώ όσον αφορά το διοικητικό συμβούλιο θα είναι δεκαπέντε μελών και η ομάδα των ιδρυτών θα εκπροσωπείται από έξι μέλη.

Σε ότι έχει να κάνει με την ανάδραση της συγκεκριμένης κίνησης, τα κέρδη και τα οφέλη από μία τέτοια επένδυση θα είναι τεράστια, καθώς η διείσδυση στην εγχώρια αγορά μέσω της ανταπόκρισης των καταναλωτών σε μία τέτοια πρωτοποριακή υπηρεσία προστιθέμενης αξίας, γεμάτη διαδραστικές καινοτομίες, αναμένεται να είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντική, δημιουργώντας μεγάλο αριθμό πωλήσεων συνδρομών, με σκοπό ο ετήσιος μέσος όρος πωλήσεων να αυξάνεται κάθε χρόνο. Έτσι, με τις κατάλληλες μετρημένες κινήσεις σε επίπεδο κόστους, θα επιτευχθεί και η βιωσιμότητα της επένδυσης. Αξίζει να σημειωθεί πως, σε αυτή τη χρονική στιγμή, δεν υπάρχει η πρόθεση ή σκέψη πώλησης ή εξαγοράς της εταιρίας μελλοντικά.

2. Προϊόντα / Υπηρεσίες

2.1 Περιγραφή προϊόντος / υπηρεσίας και καινοτόμων χαρακτηριστικών

2.1.1 Πως διαμορφώνεται η παρούσα κατάσταση και τα πλεονεκτήματα της επένδυσης έναντι του ανταγωνισμού

Η Digital Tech θα συσταθεί με κύριο σκοπό την περαιτέρω διεύρυνση των εφαρμογών στον τομέα της ψηφιακής τεχνολογίας, και πιο συγκεκριμένα στη διαδραστική (iDTV) και διαδικτυακή (IPTV) ψηφιακή τηλεόραση, με ταυτόχρονη παροχή επιπλέον υπηρεσιών διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας.

Η IPTV είναι μια νέα πιο προηγμένη τεχνολογικά μορφή μετάδοσης τηλεοπτικού σήματος, μέσω της απλής τηλεφωνικής πρίζας και της ευρυζωνικής σύνδεσης, που συνδέει ουσιαστικά την τηλεόραση με το Internet μέσω ενός αποκλειστικού τμήματος ιδιωτικού τηλεφωνικού δικτύου, φέρνοντας στην συσκευή της τηλεόρασης σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως για παράδειγμα το YouTube, αντικαθιστώντας κάθε είδους παραδοσιακή μορφή επίγειου και δορυφορικού σήματος που γνωρίζαμε ως σήμερα με το ευρυζωνικό Internet. (Wikipedia, χ.χ.)

Η IPTV έχει ήδη κάνει την εμφάνισή της στην ελληνική αγορά μέσω του ανταγωνισμού (On Telecoms, Hellas online, Forthnet, OTE), ενώ υπάρχουν και τηλεοράσεις που υποστηρίζουν το IPTV. Η σημερινή της μορφή εστιάζει στην παρακολούθηση τηλεοπτικών καναλιών με ψηφιακή εικόνα, ακόμα και αθλητικών, ενώ προσφέρει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να επιλέγει το περιεχόμενο, όπως για παράδειγμα ταινίες σε πρώτη τηλεοπτική προβολή, τηλεοπτικές σειρές, μουσικά βίντεο, ντοκιμαντέρ και ταξιδιωτικούς οδηγούς ή ακόμα και βίντεο μέσω του διαδικτύου, και να το παρακολουθεί οποιαδήποτε στιγμή επιθυμεί, μετά από αίτημα σε συγκεκριμένες βάσεις δεδομένων (υπηρεσίες video on demand). (Μπόθος, 2009)

Μέσω της συγκεκριμένης επένδυσης - καινοτομίας, η εταιρία Digital Tech φιλοδοξεί να είναι ο πρωτοπόρος που θα συνδυάσει τη διαδραστική και διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση, διατηρώντας και εμπλουτίζοντας το περιεχόμενο των προαναφερθέντων στοιχείων, με την κινητή τηλεφωνία, δημιουργώντας συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

Με βάση τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως η συγκεκριμένη τεχνολογία βρίσκεται σε πολύ πρώιμο στάδιο και επιδέχεται περαιτέρω ανάπτυξης στο μέλλον, με σκοπό να υποστηρίξει προγράμματα Web TV του εκάστοτε τηλεοπτικού σταθμού, όπως για παράδειγμα του ANTI και του ΣΚΑΪ, που ήδη προσφέρουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία. Επιπλέον, να προσφέρει υψηλότερου επιπέδου ποιότητα, με σταθερές ταχύτητες άνω των 8 Mbps, μεγάλη γεωγραφική παρουσία και μεγαλύτερη γκάμα περιεχομένου. (Μπόθος, 2009)

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί αναμένεται να είναι κατά το δυνατόν πιο προσιτή στον καταναλωτή, που αντιστοιχεί σε ένα ποσό της τάξεως των 20 ευρώ ανά μηνιαία συνδρομή. Αξίζει να αναφερθεί, πως η συγκεκριμένη υπηρεσία αφορά εν δυνάμει καταναλωτές κάθε ηλικίας και κάθε μορφωτικού επιπέδου, ακόμα και αν βασική προτεραιότητα είναι το εξοικειωμένο με τις ψηφιακές τεχνολογίες ηλικιακό κοινό από 20 έως 50 ετών, με ενδιαφέροντα που αφορούν είτε την ενημέρωση και την εκπαίδευση είτε την διασκέδαση και την επικοινωνία.

2.1.2 Αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών και της διανομής του προϊόντος / υπηρεσίας

Σε ότι έχει να κάνει με την περιγραφή της τεχνολογίας που θα υλοποιηθεί, η αναφερόμενη επένδυση αφορά μια νέα διαδραστική πλατφόρμα ψηφιακής τηλεόρασης, η οποία θα δημιουργηθεί με βάση τα σημερινά πρότυπα στο διαδίκτυο και την τηλεόραση και σκοπό έχει να υπάρξει ένας συγκερασμός της ψηφιακής τηλεόρασης, υποστηρίζοντας τα προγράμματα Web TV του κάθε τηλεοπτικού σταθμού, του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω (ενότητα 1), η ανάπτυξη της νέας ενιαίας αυτής πλατφόρμας, η οποία συνδυάζει τους τρεις αυτούς τύπους τεχνολογίας, είναι στη

διαδικασία της ιδέας, όμως αξίζει να αναφερθεί πως είναι εφικτή, καθώς είναι πρακτικά εφαρμόσιμη και κατασκευάσιμη. Παρακάτω, γίνεται ακριβής αναφορά της λειτουργίας της πλατφόρμας σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει.

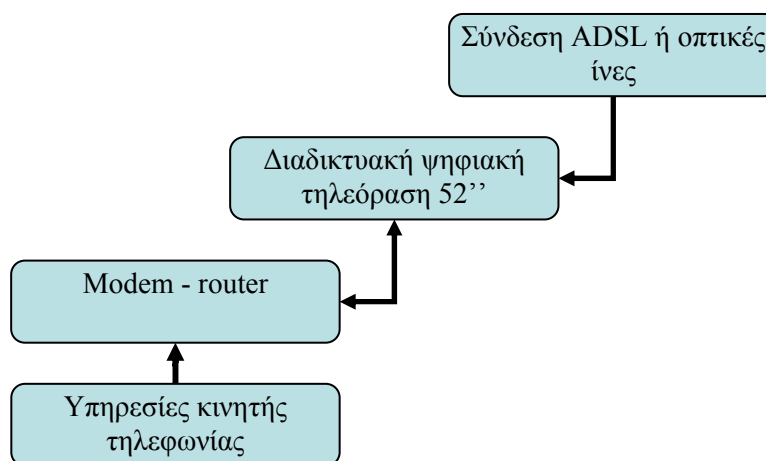
Η κατασκευή, διαχείριση και υποστήριξη της ενιαίας αυτής πλατφόρμας υπηρεσιών διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης, διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας θα είναι αποκλειστική ευθύνη της εταιρίας Digital Tech. Η διανομή της υπηρεσίας και πληροφορίες θα παρέχονται από το πανελλαδικό δίκτυο καταστημάτων λιανικής πώλησης Πλαίσιο. Επιπλέον, οι προγραμματιστές, τεχνικοί και, γενικότερα, το προσωπικό εντός της εταιρίας θα έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούν και να προσφέρουν τεχνική υποστήριξη τους συνδρομητές μέσω τηλεφώνου, συμβουλευοντας για οποιοδήποτε πρόβλημα παρουσιάζεται στο δίκτυο.

Πιο συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες της διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης θα προσφέρονται μέσω σύνδεσης ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) ή ακόμα και οπτικών ινών. Απαραίτητη προϋπόθεση θα είναι μια σύνδεση στο Internet και η συσκευή της τηλεόρασης να μπορεί να συνδεθεί, είτε ενσύρματα είτε ασύρματα, στο Internet με εξωτερικό modem – router, καθώς και να υποστηρίζει το IPTV. (Wikipedia, χ.χ.)

Η σύνδεση ADSL είναι ένας τύπος ψηφιακής συνδρομητικής τηλεπικοινωνιακής γραμμής, όπου η μεταφορά των δεδομένων γίνεται γρηγορότερα, λόγω της χάλκινης κατασκευής των τηλεφωνικών γραμμών, από ότι με μία συμβατική τηλεφωνική γραμμή, που διαθέτει μόνο voice band modem. Έτσι, μέσω ενός φίλτρου διατίθεται γραμμή τηλεφωνικής επικοινωνίας και σύνδεση στο διαδίκτυο, καθώς μέσω της συγκεκριμένης σύνδεσης εμφανίζονται συχνότητες που δεν χρησιμοποιούνται από την τηλεφωνική γραμμή και μπορούν κάλλιστα να χρησιμοποιηθούν για σύνδεση στο Internet. (Wikipedia, χ.χ.)

Η σύνδεση στο διαδίκτυο θα παρέχεται από τον Όμιλο ΟΤΕ, μέσω του conn-x, ενώ η παροχή των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας θα πραγματοποιείται με την υπογραφή συμβολαίου με τον εκάστοτε πελάτη. Στην περίπτωση που ο χρήστης επιθυμεί το απόλυτο των παροχών της ενιαίας πλατφόρμας, θα ενεργοποιεί το modem – router και την ασύρματη (wireless) σύνδεση της συσκευής του κινητού του τηλεφώνου. Κατά αυτόν τον τρόπο, ο

χρήστης θα μπορεί μέσω της τηλεόρασης του να παρακολουθήσει το τηλεοπτικό πρόγραμμα που επιθυμεί σε υψηλής ποιότητας ανάλυση, να περιηγηθεί στο διαδίκτυο και να έχει και τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, και όλα αυτά μέσω ενός και μόνο διαδραστικού προϊόντος. Το παρεχόμενο σήμα του modem – router είναι ιδιαίτερα ισχυρό σε μια ακτίνα 20 μ., ενώ η επιτυχής ασύρματη σύνδεση θα πραγματοποιείται έπειτα από την εισαγωγή προσωπικού κωδικού για λόγους ασφαλείας. Η συσκευή κινητού τηλεφώνου είναι επιλογής του χρήστη, χωρίς να δεσμεύεται, με την προϋπόθεση πως διαθέτει δυνατότητα ασύρματης σύνδεσης. Για την καλύτερη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού, παραδειγματικά αναφέρεται πως μια συσκευή κινητής τηλεφωνίας της εταιρίας Samsung Electronics καλύπτει απόλυτα της ανάγκες ενός χρήστη. Στο διάγραμμα 1, γίνεται απεικόνιση της λειτουργίας και αλληλεπίδρασης των τριών τεχνολογιών της νέας πλατφόρμας.



Διάγραμμα 1: Λειτουργική απεικόνιση και αλληλεπίδραση των τριών τεχνολογιών της νέας πλατφόρμας

Όπως γίνεται αντιληπτό, για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης απαιτούνται προϊόντα υψηλής τεχνολογίας που θα υποστηρίζουν την παρεχόμενη υπηρεσία. Γι' αυτό το λόγο, η Digital Tech αναμένεται να υπογράψει συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την εταιρία Samsung Electronics Hellas, η οποία θα αναλάβει το έργο της κατασκευής και προώθησης στην αγορά μιας νέας υπερσύγχρονης συσκευής τηλεόρασης, που θα υποστηρίζει το σύνολο των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας και όχι μόνο διαδικτυακές σελίδες που περιέχουν βίντεο, όπως συναντάται μέχρι σήμερα. Θα πρόκειται για ένα smart διαδραστικό προϊόν που ξεφεύγει από τα τεχνολογικά δεδομένα που

εμφανίζονται μέχρι σήμερα στον κλάδο της κατασκευής τηλεοπτικών συσκευών. Πιο συγκεκριμένα, τα τεχνικά χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου τηλεοπτικού δέκτη θα περιλαμβάνουν:

- ✓ Οθόνη 52”,
- ✓ Ειδικά κατασκευασμένο τηλεχειριστήριο με ειδικό πλήκτρο για την είσοδο στα ιντερνετικά κανάλια, πληκτρολόγιο με γράμματα της αλφαβήτου για σχολιασμό στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης, τζόϊстик και πλακίδιο αφής για επιλογή στην μπάρα υπηρεσιών (ο τρόπος λειτουργίας είναι παρόμοιος με αυτόν του πλακιδίου αφής ενός laptop),
- ✓ Ηχεία υψηλής τεχνολογίας για δυνατότητα επικοινωνίας με τον εκάστοτε συνομιλητή μέσω διαδικτύου ή κινητής τηλεφωνίας,
- ✓ Ενσωματωμένη κάμερα 12 megapixel στο πάνω μέρος της οθόνης για επικοινωνία με τον εκάστοτε συνομιλητή μέσω διαδικτύου (π.χ. Skype) ή κινητής τηλεφωνίας (π.χ. video κλήση - τηλεδιάσκεψη) (δυνατότητα ρύθμισης της κάμερας ανάλογα με τη θέση του χειριστή στο χώρο, μέσω του χειριστηρίου).

Η κατασκευή της νέας αυτής συσκευής τηλεόρασης θα είναι άμεσα συνυφασμένη με τις υπηρεσίες της νέας ενιαίας πλατφόρμας. Αυτό πρακτικά μεταφράζεται στο γεγονός πως με την αγορά της συσκευής θα βρίσκονται ήδη προεγκατεστημένα από τον κατασκευαστή όλα τα απαραίτητα προγράμματα που αφορούν τη διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση, για πρόσβαση στα ιντερνετικά κανάλια και στις Web TV του εκάστοτε τηλεοπτικού σταθμού, υποστηρίζοντας κατά αυτόν τον τρόπο το IPTV, όπως επίσης και για τη χρήση των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και διαδικτύου.

Όσον αφορά τη χρήση των υπηρεσιών της διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης, κινητής τηλεφωνίας και διαδικτύου μέσω της πλατφόρμας, θα είναι εύκολα αντιληπτή και απλή, ακόμα και για αρχάριους χρήστες, χωρίς να απαιτείται παρουσία εξειδικευμένου συνεργείου. Έτσι, αφού ο χρήστης ενεργοποιήσει το modem – router και την ασύρματη σύνδεση στο κινητό τηλέφωνο του, μέσω του ειδικού πλήκτρου για μεταφορά και σύνδεση στο διαδίκτυο, θα εμφανίζεται στο πάνω μέρος της οθόνης της τηλεόρασής του μια μπάρα υπηρεσιών με συντομεύσεις. Οι συντομεύσεις αυτές θα περιέχουν προγράμματα και

εφαρμογές επικοινωνίας διαδικτύου και κινητής τηλεφωνίας (όπως Skype, MSN, YouTube, δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook, Twitter, υπηρεσίες mail μέσω yahoo mail, gmail, hotmail). Σε περίπτωση που ο χρήστης δεχθεί κάποιο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και κάποια εισερχόμενη κλήση από το Skype ή το κινητό του τηλέφωνο, τότε αυτομάτως θα ενημερώνεται μέσω μιας ειδοποίησης που θα εμφανίζεται στη μπάρα υπηρεσιών. Ένα παράθυρο pop-up θα εμφανίζεται με το όνομα (αν έχει καταχωρηθεί) και τον τηλεφωνικό αριθμό που τους καλεί. Όταν υπάρχει μια τέτοιου είδους ειδοποίηση, τότε το τηλεοπτικό πρόγραμμα, που μπορεί να παρακολουθεί ο χρήστης εκείνη τη στιγμή, θα έχει τη δυνατότητα να το σταματήσει προκειμένου να απαντήσει σε κάποια από τις ειδοποιήσεις και αργότερα να επανέλθει συνεχίζοντας το πρόγραμμα από εκεί που σταμάτησε. Όσον αφορά, βέβαια, τις ειδοποιήσεις που θα δέχεται, θα μπορεί να προβεί σε κάποια ενέργεια, όπως είναι άμεση ανταπόκριση – απάντηση, απόρριψη ή ενημερώθηκα – είμαι απασχολημένος και θα απαντήσω αργότερα. Επιπλέον, θα μπορεί να αποστείλει απευθείας ηλεκτρονικό μήνυμα μέσω του λογαριασμού mail του και να πλοηγηθεί σε ιστοσελίδες του διαδικτύου (web browsing), όπως θα έκανε και από τον προσωπικό του υπολογιστή.

Επιπρόσθετα, θα υπάρχει η δυνατότητα άμεσου σχολιασμού ενός προγράμματος που θα παρακολουθεί ο χρήστης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εκείνη τη στιγμή ή ακόμα και σχολιασμού για προγράμματα που θα προβληθούν στον επόμενο μήνα και που ο χρήστης ενημερώθηκε από το ηλεκτρονικό πρόγραμμα τηλεοπτικών μεταδόσεων (EPG – Electronic Program Guide) του κάθε καναλιού. Αυτό θα μπορεί να επιτευχθεί μέσω συντομεύσεων που θα υπάρχουν στην μπάρα υπηρεσιών. Ακόμα, ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να ανεβάσει μουσική ή φωτογραφίες από τον υπολογιστή του στην τηλεόρασή του, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα πλήρως διαδραστικό περιβάλλον με τη συνδρομή της διαδικτυακής ψηφιακής τηλεόρασης και του ευρύτερου διαδικτύου. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως η νέα ενιαία πλατφόρμα θα διαθέτει και μια ανανεωμένη βάση δεδομένων με 10.000 ταινίες, όπου ο χρήστης θα μπορεί να παρακολουθήσει μια ταινία νοικιάζοντάς την για 48 ώρες, πληρώνοντας ένα μικρό χρηματικό αντίτιμο (pay per view 1 ευρώ), μέσω ειδικής κάρτας με κωδικό που θα περιέχει χρηματικό υπόλοιπο.

Το κέρδος της νέας αυτής τεχνολογίας είναι το γεγονός πως όλος ο κόσμος του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας θα εμφανίζεται στην άνεση της τηλεόρασης, ενώ επίσης μέσω της υποστήριξης του Web TV των τηλεοπτικών σταθμών, ο χρήστης θα μπορεί να έχει τον έλεγχο στη ροή ενός προγράμματος, σταματώντας το, προχωρώντας, πηγαίνοντάς το πίσω, να το δει αργότερα ή ακόμα και να το παρακολουθήσει εάν παρουσιάστηκε μέχρι και εβδομάδες πριν, και που δεν μπόρεσε να παρακολουθήσει, όπως για παράδειγμα αθλητικοί αγώνες. Άλλωστε, όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι πλέον σαφές πως οι καταναλωτές δε δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στις τεχνολογίες αλλά στην ουσία, που είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη ποιότητα εικόνας σε συνδυασμό με το διαδραστικό περιεχόμενο που πρόκειται να απολαύσουν.

2.1.3 Η νέα πλατφόρμα υπηρεσιών ως μέσο διαφήμισης

Η νέα πλατφόρμα υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την τεχνολογία που θα υποστηρίζει, μπορούν να αποτελέσουν ένα ελκυστικό επενδυτικό περιβάλλον για τους παροχείς περιεχομένου, όπως είναι οι διαφημιστικές εταιρίες. Έτσι, μπορούν να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για να αναπτυχθεί η διαδραστική μορφή διαφήμισης. Πιο συγκεκριμένα, μια διαδικτυακή πύλη θα αποθηκεύει την τάση του εκάστοτε χρήστη, δημιουργώντας συγκεκριμένο προφίλ, με βάση την επεξεργασία των ενδιαφερόντων του απέναντι σε προβαλλόμενες διαφημίσεις. Κατά συνέπεια, θα δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας εξατομικευμένων διαφημίσεων με βάση τις προτιμήσεις του, κάνοντας μια διαφημιστική καμπάνια επιτυχημένη μετά τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων. (Ebusiness forum, 2006)

Επιπρόσθετα, θα δημιουργηθούν στοχευμένα κοινά με παρόμοια προφίλ σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, δίνοντας τεράστιο πλεονέκτημα κόστους και αποδοτικότητας. Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να υπάρξει μια μπάρα διαφημιστικού περιεχομένου στο κάτω μέρος της οθόνης κατά τη διάρκεια ενός τηλεοπτικού προγράμματος ή μιας ταινίας μετά από σχετικό αίτημα. Σε περίπτωση που ο χρήστης ενδιαφέρεται, θα μπορεί να προβεί στην αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος ηλεκτρονικά, ακριβώς τη χρονική στιγμή που προβάλλεται το σχετικό διαφημιστικό μήνυμα. (Ebusiness forum, 2006)

2.2 Δυνητικές μελλοντικές επενδύσεις στην ευρυζωνικότητα μέσω έρευνας και ανάπτυξης

Ανάλογα με την αύξηση του μεγέθους της εταιρίας μελλοντικά, σκοπός είναι η ολοένα και μεγαλύτερη ανάπτυξη των τεχνολογιών σε διαφορετικούς τομείς, μέσα από την σταχυολόγηση των αναγκών και των προκλήσεων που εμφανίζονται από το διαρκώς μεταβαλλόμενο εγχώριο και διεθνές περιβάλλον. Όμως, για να επιτευχθεί αυτό, είναι απαραίτητες οι περαιτέρω επενδύσεις σε καινοτόμες υπηρεσίες μέσω της ευρυζωνικότητας, που μπορούν να δημιουργήσουν νέες οικονομικές ευκαιρίες όσον αφορά το ηλεκτρονικό επιχειρείν έναντι του ανταγωνισμού, με δυνατότητα ακόμα και για εξαγωγές, και κατ' επέκταση την περαιτέρω ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, αφού θα υπάρξει ανάπτυξη εταιριών με εξαιρετικά χαμηλό κόστος. (Greek Digital TV, 2011, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Όμως, πέρα από τα παραπάνω, είναι βέβαιο πως θα παρατηρηθεί μια σημαντική βελτίωση της καθημερινότητας των πολιτών, μέσω της βελτίωσης της ποιότητας ζωής τους, όπως και της οικονομίας της χώρας. Κάποιες από τις πολλές θετικές επιρροές της συγκεκριμένης ανάπτυξης είναι οι παρακάτω: (Greek Digital TV, 2011, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, χ.χ.: 2, 3, 4)

- ✓ όσον αφορά τον τομέα της υγείας με παροχές χωρίς οι πολίτες να έρχονται σε επαφή με τους γιατρούς, ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές μέσω της τηλε-ιατρικής,
- ✓ οι καθημερινές συναλλαγές με το δημόσιο, τα τελωνεία και τις τράπεζες (e-banking) θα γίνονται ηλεκτρονικά, όπως επίσης και η καθημερινή ηλεκτρονική ενημέρωση μπορεί να γίνει αμεσότερη και γρηγορότερη,
- ✓ ανάπτυξη ηλεκτρονικού δελτίου ταυτότητας και μητρώου πολίτη,
- ✓ εκσυγχρονισμός του δημόσιου τομέα με αυτοματοποιημένες και απλοποιημένες υπηρεσίες προς τον πολίτη, όπως ηλεκτρονικές συμβάσεις,

- ✓ υλοποίηση του ηλεκτρονικού πόθεν έσχες, έτσι ώστε να μην παρατηρούνται φοροαπαλλαγές,
- ✓ διαδραστικές ψηφιακές υπηρεσίες για την προβολή του πολιτιστικού περιεχομένου βιβλιοθηκών και μουσείων, ανάπτυξη εφαρμογής έκδοσης εισιτηρίων για θέατρα και κινηματογράφους, ψηφιοποίηση των ληξιαρχικών πράξεων και καταχώρηση αυτών που ήδη υπάρχουν σε βάσεις δεδομένων,
- ✓ φθηνές τηλεφωνικές κλήσεις και βίντεο-κλήσεις προς κάθε προορισμό,
- ✓ προστασία του περιβάλλοντος, με ταυτόχρονο περιορισμό των άσκοπων μετακινήσεων,
- ✓ προσέλκυση ξένων επενδύσεων,
- ✓ μείωση των γεωγραφικών ανισοτήτων,
- ✓ δυνατότητες υπηρεσιών σε άτομα με ειδικές ανάγκες και σε αυτά της τρίτης ηλικίας,
- ✓ στον τομέα της εκπαίδευσης, ακόμα και με την εξ' αποστάσεως εκπαίδευση, όπου το επίπεδο σπουδών παραμένει το ίδιο με κάποιον ο οποίος δεν βρίσκεται στη χώρα προελεύσεως του πανεπιστήμιου, κατά συνέπεια το κόστος μειώνεται,
- ✓ άμεση πρόσβαση στην επιστημονική γνώση και εύκολη μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας,
- ✓ δυνατότητα εργασίας από απόσταση και εκτός εργασιακού χώρου (τηλε-εργασία),
- ✓ δημιουργία νέων υπηρεσιών ψυχαγωγίας, όπως e-gaming, αμφίδρομη διαδραστική τηλεόραση – interactive TV, εφαρμογές peer to peer με διαδικτυακές συζητήσεις και ανταλλαγή αρχείων εικόνας, ήχου και μουσικής,
- ✓ αλλαγή του επιχειρηματικού προφίλ των εταιριών που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

Τέλος, παρουσιάζονται μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης στον τομέα των online παραγγελιών. Μόνο το 18,4% των επιχειρήσεων λιανικής στην ελληνική αγορά πραγματοποιεί περισσότερο από το 5% των παραγγελιών του online. Ακόμα, μόνο το 25% αυτών διαθέτει ηλεκτρονικό σύστημα συνδεδεμένο με αυτό των προμηθευτών του, ενώ το 21,4% αποστέλλει και λαμβάνει ηλεκτρονικά τιμολόγια. (Ναυτεμπορική, 2011)

3. Η διαμόρφωση της αγοράς στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

3.1 Ανάλυση του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών

3.1.1 Γενικές πληροφορίες κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω (υποενότητα 1.1), είναι, πλέον, γεγονός πως η συνεργασία των ψηφιακών τεχνολογιών, της πληροφορικής, της ψηφιακής τηλεόρασης, του διαδικτύου, η δορυφορική και η IPTV, αλλά και η διαδραστικότητα, δημιουργούν νέες πηγές εσόδων, που παρόλο που βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο, είναι προφανές ότι μελλοντικά θα κυριαρχήσουν. Οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών αποτελούν μία πρόκληση για την Ελλάδα. Αντίθετα, στις χώρες της Ευρώπης θεωρούνται αυτονόητο αγαθό, που ήδη παρέχεται στους πολίτες, και η εξέλιξή τους έχει τοποθετηθεί στο επίκεντρο κάθε προσπάθειας. Ο κλάδος Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, συγκροτούμενος από το τετράπτυχο που αποτελείται από τις συσκευές, τα λειτουργικά συστήματα, τις εφαρμογές και τα δίκτυα, συνθέτει ένα τεχνοοικονομικό οικοδόμημα το οποίο μπορεί να προσφέρει νέες πηγές εσόδων, έχοντας μεγάλα περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης. Δε θα πρέπει να παραγνωριστεί, επίσης, πως είναι κοινώς αποδεκτό πως οι νέες εφαρμογές είναι εκείνες που προσελκύουν την αγορά σε πολύ μεγάλο βαθμό, με αποτέλεσμα πολλές εταιρίες και developers να ενδιαφέρονται και να ενθαρρύνονται στο να αναπτύξουν νέες εφαρμογές στις πλατφόρμες λειτουργικών συστημάτων, με την ταυτόχρονη παροχή υποστήριξης και μετά την ανάπτυξη αυτών με νέες τεχνολογικές υπηρεσίες. (Greek Digital TV, 2011, Ναυτεμπορική, 2011)

Ο κλάδος διαθέτει εταιρίες που ο τομέας δραστηριοτήτων διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση. Γενικά, συναντώνται τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, πάροχοι δικτύων και διανομής συνδέσεων, όπως για παράδειγμα ADSL, πάροχοι υπηρεσιών, ψηφιακής τηλεόρασης και εναλλακτικού περιεχομένου ή ακόμα και επιχειρήσεις κατασκευής και εμπορίας εξοπλισμού τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής και σχεδιασμού διαδραστικών εφαρμογών και περιεχομένου. Φυσικά, περισσότερες από μία δραστηριότητες μπορεί να συγκεντρώνονται σε

μια και μόνο εταιρεία, όπως συμβαίνει στην περίπτωση του Ομίλου ΟΤΕ, δημιουργώντας τεράστιο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. (Ebusiness forum, 2006)

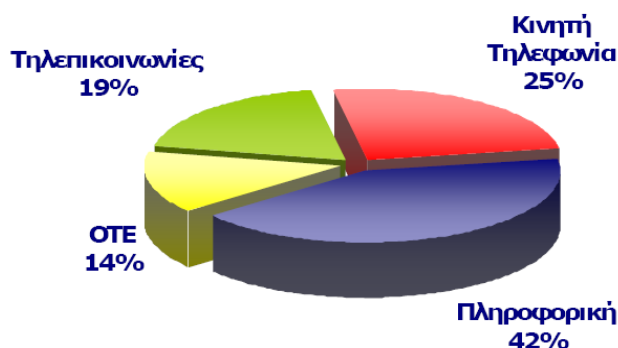
Στην ενότητα 3 του Παραρτήματος Α, παρουσιάζεται ο πίνακας 1 με τις 50 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου κατά την περίοδο 2005 έως και 2007, με βάση τα στοιχεία της εξέλιξης του τζίρου τους σε εκατομμύρια ευρώ, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας Hellastat. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 8, 9)

3.1.2 Ανάλυση χρηματοοικονομικών μεγεθών και δεικτών ανάπτυξης του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και των υποκλάδων του

Στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών δραστηριοποιούνται περί των 1.685 επιχειρήσεων, έχοντας νομική μορφή ανώνυμων εταιριών και εταιριών περιορισμένης ευθύνης (όσον αφορά τις ετερόρρυθμες και ομόρρυθμες εταιρίες του κλάδου δεν έχει αποσαφηνιστεί ο ακριβής αριθμός αυτών). Από αυτές, το 85% δραστηριοποιείται στην πληροφορική, ενώ το υπόλοιπο 15% στις τηλεπικοινωνίες. Αξίζει να σημειωθεί πως 1 στις 3 επιχειρήσεις του κλάδου έχει ιδρυθεί μετά το 2001. (Κοντιζά, 2008: 4) Η γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων του κλάδου αποτυπώνεται με ένα ποσοστό της τάξεως του 79,4% για την Αττική, 9,3% για τη Θεσσαλονίκη και 11,3% για την υπόλοιπη Ελλάδα. (Κοντιζά, 2008: 5) Όσον αφορά το ποσοστό απασχόλησης των εργαζομένων, το 39% εργάζεται στην πληροφορική, ενώ το 61% στις τηλεπικοινωνίες, όμως το ποσοστό αυτό αντιστρέφεται αν εξαιρέσουμε τον όμιλο ΟΤΕ, ο οποίος θεωρείται η εταιρία – ηγέτης του κλάδου. (Κοντιζά, 2008: 6) Σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ), η συμβολή του κλάδου στο ΑΕΠ είναι της τάξεως του 3,3%. Για την περίοδο από το 2000 έως το 2007, το ακαθάριστο προϊόν του κλάδου αυξήθηκε κατά 65,7%, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως του 7,5%, τη στιγμή που τα αντίστοιχα ποσοστά του συνόλου του εγχώριου προϊόντος ήταν 61,6%, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 7,1%. (Κοντιζά, 2008: 7) Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία του 2007, οι επιχειρήσεις του κλάδου διέθεταν συνολική αξία ενεργητικού 27,5 δις ευρώ (19 δις ευρώ χωρίς τον ΟΤΕ), ενώ ο συνολικό τζίρος τους άγγιζε τα 14,5 εκατομμύρια ευρώ, παρουσιάζοντας άνοδο της τάξεως του 8% σε σύγκριση με το 2006. (Παρατηρητήριο για την

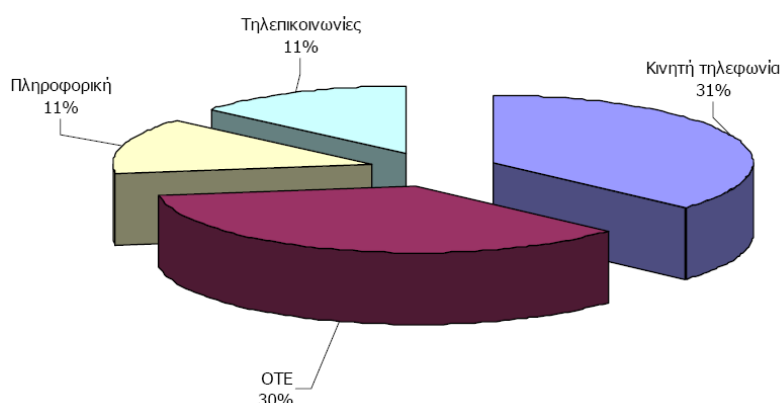
Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 7, 8) Επομένως, γίνεται ευκόλως αντιληπτή η δυναμική και η σημαντικότητα του κλάδου, με μία στις τρεις επιχειρήσεις να δηλώνουν πως οι αποφάσεις τους για επενδύσεις δε λαμβάνονται υπόψη με βάση τη γενικότερη χρηματοπιστωτική κρίση. Από την άλλη πλευρά, όμως, εξετάζοντας την ίδια περίοδο, παρατηρείται το γεγονός πως το εμπορικό ισοζύγιο είναι ελλειμματικό, δηλαδή οι εισαγωγικές δαπάνες είναι κατά πολύ μεγαλύτερες από τις εξαγωγικές εισπράξεις. Για παράδειγμα, το 2007 παρατηρούνται εξαγωγικές πράξεις του 1 δις ευρώ και εισαγωγικές της τάξεως των 4 δις ευρώ. Αυτό ενισχύει την πεποίθηση που υπάρχει για περαιτέρω επενδυτικές κινήσεις, έχοντας σκοπό την ανάπτυξη ενός από τους σημαντικότερους και ισχυρότερους κλάδους της οικονομίας, που ταυτόχρονα θα συμβάλλει στην ισχυροποίηση της οικονομίας της χώρας. Αξίζει να σημειωθεί πως, σε ότι έχει να κάνει με τις εξαγωγές, αυτές αφορούν κυρίως ηλεκτρονικά εξαρτήματα και τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό, ενώ, όσον αφορά τις εισαγωγές, αυτές εντοπίζονται κυρίως σε εξοπλισμούς ήχου και εικόνας. (Κοντιζά, 2008: 10, 11, 17)

Ο κύκλος εργασιών των 50 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου για το 2008, αντικατοπτρίζεται σε ένα ποσοστό της τάξεως του 80% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, ενώ οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, προερχόμενες από το χώρο των τηλεπικοινωνιών, κατέχουν το 44% των συνολικών πωλήσεων, εξαιτίας του υψηλού τζίρου του ΟΤΕ και των εταιριών κινητής τηλεφωνίας (Cosmote, Vodafone, Wind). Πιο συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών του κλάδου ανά κατηγορία διαμορφώνεται όπως στο παρακάτω διάγραμμα 2. (Κοντιζά, 2008: 9)

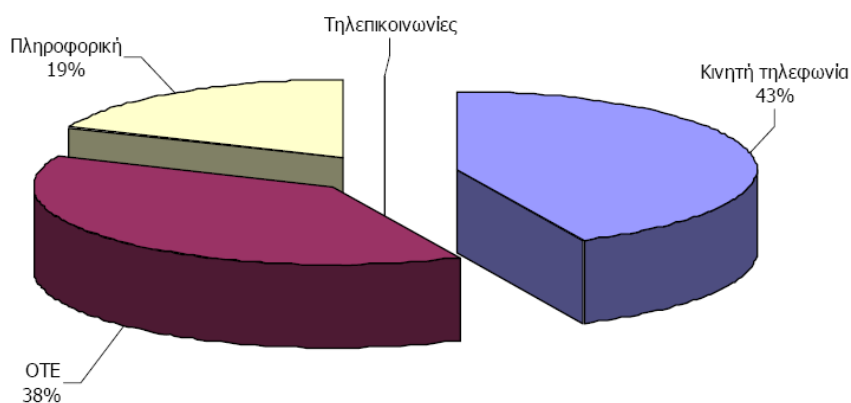


Διάγραμμα 2: Ποσοστιαία συμμετοχή ανά τομέα δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων του κλάδου ΤΠΕ

Με βάση τα στοιχεία της Hellastat, το 2007 οι επιχειρήσεις της Πληροφορικής διέθεταν συνολικό ενεργητικό περίπου 7,5 δις ευρώ, που αντιστοιχεί στο 27% των συνολικών στοιχείων ενεργητικού του κλάδου. Στο γράφημα 1, παρουσιάζεται το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων του κλάδου για το 2007, ενώ στο γράφημα 2 το σύνολο των καθαρών κερδών των επιχειρήσεων για το ίδιο έτος ανά τομέα δραστηριοτήτων. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 18, 19)



Γράφημα 1: Ποσοστιαία συμμετοχή ανά τομέα δραστηριοτήτων στο σύνολο ενεργητικού των επιχειρήσεων του κλάδου (2007)



Γράφημα 2: Ποσοστιαία συμμετοχή ανά τομέα δραστηριοτήτων στο σύνολο των καθαρών κερδών των επιχειρήσεων του κλάδου (2007)

Κατά την περίοδο από το 2003 έως και το 2007, σε ότι έχει να κάνει με τον τομέα της Πληροφορικής, τα χρηματοοικονομικά στοιχεία των 1.423 επιχειρήσεων, που απαρτίζουν τον κλάδο, επηρεάζονται σημαντικά από τα δύο μεγαλύτερα μεγέθη του χώρου, την INTPALOT και INTRACOM, που κατέχουν το 14% του συνολικού ενεργητικού. Έτσι, το 2007, παρουσιάστηκε άνοδος του συνολικού ενεργητικού κατά 1,7%, σε συνέχεια της αύξησής του κατά 10,7% που υπήρξε το 2006. Επίσης, τα μεικτά κέρδη του 2007 παρουσιάζουν άνοδο 2%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, και ανέρχονται στα 1,8 περίπου δις ευρώ, με τα καθαρά κέρδη να παρουσιάζουν μείωση 14,3% φτάνοντας τα 385 εκατομμύρια ευρώ. Επιπλέον, ο κύκλος εργασιών για το 2007 αγγίζει τα 7,6 δις ευρώ με αύξηση 6,9%, τη στιγμή που το 2006 η αύξηση ήταν 7,6%. Αξίζει να σημειωθεί, τέλος, πως για την περίοδο από το 2005 έως το 2007, η κορυφαία σε πωλήσεις εταιρία INFO QUEST παρουσίασε μείωση των πωλήσεών της κατά 22% ετησίως. Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, ο πίνακας 2 παρουσιάζει αναλυτικά τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων στον κλάδο της Πληροφορικής για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 20, 21)

Όσον αφορά τον τομέα των τηλεπικοινωνιών, για την ίδια περίοδο από το 2003 έως και το 2007, τα χρηματοοικονομικά στοιχεία των 234 επιχειρήσεων, που συγκροτούν τον κλάδο, επηρεάζονται σημαντικά από τα μεγέθη του ΟΤΕ και της κινητής τηλεφωνίας. Έτσι, αν εξαιρέσουμε αυτά τα δύο μεγέθη, για το 2007 το συνολικό ενεργητικό των επιχειρήσεων παρουσίασε άνοδο της τάξεως του 11,7% σε σχέση με το 2006, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της περιόδου περίπου 10%. Αξίζει να σημειωθεί πως, σε περίπτωση που στο αποτέλεσμα εξαιρεθεί μόνο ο ΟΤΕ, το σύνολο του ενεργητικού παρουσιάζει αύξηση μόλις 4,6%. Τέλος, οι επιχειρήσεις του κλάδου παρουσίασαν καθαρά αποτελέσματα με οριακή αύξηση 0,1% λόγω υψηλών ζημιών, με εξαίρεση τον ΟΤΕ και τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, που παρουσίασαν καθαρά αποτελέσματα ύψους 94 περίπου εκατομμυρίων ευρώ. Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, ο πίνακας 3 παρουσιάζει τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων στον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών, χωρίς τον ΟΤΕ και τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, ενώ ο πίνακας 4 παρουσιάζει τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων, με εξαίρεση τον ΟΤΕ, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 23, 24, 25)

Παρόλα τα παραπάνω στοιχεία, κρίνεται σκόπιμο να γίνει και μια συνοπτική αναφορά σε υποκλάδους δραστηριότητας, λόγω του εύρους δραστηριοτήτων που παρατηρείται στον κύριο κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Τέτοιοι υποκλάδοι είναι επιχειρήσεις που έχουν ως κύρια δραστηριότητα την κατασκευή εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, το εμπόριο εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και την παροχή τηλεπικοινωνιακών και διαδικτυακών υπηρεσιών. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 29)

Αρχικά, όσον αφορά τον υποκλάδο δραστηριότητας Κατασκευή Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, οι 102 επιχειρήσεις, που τον συγκροτούν, παρουσίασαν κύκλο εργασιών ύψους 1 περίπου δις ευρώ για το 2007, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής από το 2003 έως το 2007 της τάξεως περίπου του 17,8%. Ανοδική πορεία ακολούθησαν και τα καθαρά κέρδη, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως περίπου του 24,9% για την ίδια εξεταζόμενη περίοδο. Οι σημαντικότερες εταιρίες, που επηρεάζουν και την πορεία του υποκλάδου, είναι οι Ελληνικά Καλώδια, FULGOR, NEXANS ΕΛΛΑΣ, INTRACOM DEFENSE ELECTRONICS και LANDIS+GYR, που αντιπροσώπευσαν το 75% του συνολικού τζίρου για το 2007. Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, ο πίνακας 5 παρουσιάζει αναλυτικά τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 102 επιχειρήσεων του υποκλάδου Κατασκευή Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 30, 31)

Όσον αφορά τον υποκλάδο δραστηριότητας Εμπορία Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, διαθέτει 555 επιχειρήσεις και αντιπροσωπεύει το 32% του συνολικού τζίρου των επιχειρήσεων του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Με εξαίρεση το 2005, ο κύκλος εργασιών του υποκλάδου την περίοδο από το 2003 έως το 2007, παρουσίασε σταθερή αύξηση με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 2,18%. Πιο συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών για το 2007 καταγράφηκε στα 5,7 δις ευρώ παρουσιάζοντας αύξηση 10%, σε σχέση με τον κύκλο εργασιών του υποκλάδου για το 2006 που ήταν περίπου 5,2 δις ευρώ. Η συγκεκριμένη τάση ανόδου αποτυπώθηκε και στα μεικτά κέρδη, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 2,58%. Πιο συγκεκριμένα, τα μεικτά κέρδη για το 2007 ανήλθαν στο 1 δις ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση 18,1%, τη στιγμή μάλιστα που το 2006 ήταν περίπου της τάξεως των 870 εκατομμυρίων ευρώ, έχοντας μια μείωση 2,2% σε

σχέση με το προηγούμενο έτος. Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, ο πίνακας 6 παρουσιάζει αναλυτικά τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 555 επιχειρήσεων του υποκλάδου Εμπορία Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 32, 33)

Τέλος, ο υποκλάδος δραστηριότητας Παροχής Τηλεπικοινωνιακών και Διαδικτυακών Υπηρεσιών αριθμεί 176 επιχειρήσεις, μεταξύ των οποίων ο ΟΤΕ και οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, που παίζουν καθοριστικό ρόλο στα χρηματοοικονομικά δεδομένα του υποκλάδου. Αν εξαιρέσουμε τον ΟΤΕ και τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, γίνεται σαφές πως τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των υπόλοιπων επιχειρήσεων του υποκλάδου δεν είναι ανταγωνιστικά. Αξιοσημείωτο, όμως, είναι το γεγονός πως στον συγκεκριμένο υποκλάδο, οι περαιτέρω επενδυτικές κινήσεις είναι επιβεβλημένες καθώς υπάρχει μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης, που θα δημιουργήσει, εκτός των άλλων, και νέες πηγές εσόδων. Πιο συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών του συνόλου των επιχειρήσεων του υποκλάδου ανήλθε στα 9,2 δις ευρώ για το 2007, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 2,5%, συγκριτικά με το 2006 όπου ο κύκλος εργασιών ανήλθε περίπου στα 9 δις ευρώ. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης, που αφορά τον κύκλο εργασιών, ήταν 3,76% για την περίοδο από το 2003 έως το 2007. Σε ότι έχει να κάνει με τα καθαρά αποτελέσματα για το 2007, δεν παρατηρήθηκε κάποια μεταβολή σε σχέση με το 2006, φτάνοντας το 1,5 περίπου δις ευρώ. Αξίζει να αναφερθεί πως παρατηρείται μια πολύ μεγάλη αύξηση σε όλα τα επίπεδα (κύκλο εργασιών, μεικτά κέρδη και καθαρά αποτελέσματα) από το λογιστικό έτος 2005 προς το 2006. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός πως ο ΟΤΕ προχώρησε, σε εκείνο το διάστημα, σε περικοπές μισθών και δαπανών, ενώ συγχρόνως βελτίωσε τη λειτουργικότητα των υπηρεσιών του, με αποτέλεσμα να υπάρξει μεγάλη αύξηση στα έσοδά του. Το γεγονός πως ο ΟΤΕ, αλλά και οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, αποτελούν βαρόμετρο για τον υποκλάδο, γίνεται αντιληπτό από τα χρηματοοικονομικά δεδομένα αυτού, σε περίπτωση που εξαιρεθούν. Έτσι, παρατηρείται μια πολύ χαμηλού επιπέδου αύξηση της τάξεως του 2,4% του κύκλου εργασιών από το λογιστικό έτος 2006 στο 2007, που φτάνει περίπου τα 2 δις ευρώ. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του κύκλου εργασιών παρουσιάζει αρνητικό πρόσημο (-1,62%) για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007, όπως επίσης και οι δείκτες των μικτών κερδών και των καθαρών αποτελεσμάτων, ενισχύοντας την προαναφερθείσα θέση. Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, οι πίνακες 7, 8 και 9 παρουσιάζουν αναλυτικά τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου

των επιχειρήσεων του υποκλάδου Παροχής Τηλεπικοινωνιακών και Διαδικτυακών Υπηρεσιών, αλλά και των δεδομένων σε περίπτωση εξαίρεσης του ΟΤΕ, αρχικά, και των εταιριών κινητής τηλεφωνίας, δευτερευόντως, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2008: 34, 35, 36, 37, 38)

Έπειτα από μια περίοδο, αρχής γενομένης από το 2005 έως και το 2007, συνεχούς ανάπτυξης και μεγάλης αύξησης του κύκλου εργασιών των μεγεθών των εταιριών του κλάδου (κατά περίπου 17%), από το 2008 μέχρι και σήμερα, παρατηρείται όπως είναι λογικό μια υποχώρηση των μεγεθών των εταιριών του κλάδου, λόγω της οικονομικής κρίσης και της δυσμενούς δημοσιονομικής κατάστασης της εγχώριας αγοράς σε συνδυασμό με την αβεβαιότητα που επικρατεί. (Greek Digital TV, 2011, Κοντιζά, 2008: 8) Σύμφωνα με το δελτίο οικονομικής συγκυρίας του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας για το Δ' τρίμηνο του 2010, η ζήτηση στον κλάδο για το συγκεκριμένο διάστημα ήταν σε χαμηλά επίπεδα σε όλους τους τομείς, κατά συνέπεια και οι πωλήσεις, ενώ οι προβλέψεις για την μελλοντική ζήτηση παρουσιάζονταν απαισιόδοξες, ακολουθώντας το γενικότερο κλίμα που επικρατούσε στην αγορά. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2011: 4) Με βάση τα αποτελέσματα των ενοποιημένων ισολογισμών των εταιριών του κλάδου που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών, διαπιστώνεται σαφώς ότι ο κύκλος εργασιών στο 9μηνο του 2011 παρουσιάζει πτώση της τάξεως του 6,1% σε σχέση με το αντίστοιχο 9μηνο του 2010. Πιο συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών του 2011 διαμορφώθηκε στα 6,8 δις ευρώ, ενώ εκείνος του 2010 είχε διαμορφωθεί στα 7,2 δις ευρώ. Ακόμα, το EBITDA διαμορφώθηκε στα 1,5 δις ευρώ το 2011, ενώ το 2010 είχε διαμορφωθεί σε 1,7 δις ευρώ, παρουσιάζοντας μείωση κατά 11,5%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως τα κέρδη μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας ανήλθαν στις 70 χιλιάδες ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 5,1%. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Το EBITDA είναι τα αρχικά του Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization, δηλαδή τα κέρδη, προτού αφαιρεθούν οι τόκοι, φόροι και αποσβέσεις. Το κέρδος και το κόστος υπολογίζονται με βάση τους παρακάτω μαθηματικούς τύπους: (Επενδυσοpeedia, 2012)

«Έσοδα – Κόστος πωλήσεων = Μικτό κέρδος

Μικτό κέρδος – Κόστος λειτουργίας (μισθοί, ενοίκια κλπ.) = EBITDA

EBITDA – Φόρους – Τόκους – Απόσβεση = Λειτουργικό Κέρδος.»

Πιο συγκεκριμένα, στον τομέα της πληροφορικής, ο κύκλος εργασιών των εταιριών στο 9μηνο του 2011 διαμορφώθηκε στα 6,8 δις ευρώ, παρουσιάζοντας μείωση 6,1% σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2010, ενώ το EBITDA ανήλθε στο 1,5 δις ευρώ, αυξημένο κατά 7,7%. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Όσον αφορά τον τομέα των εισηγμένων εταιρειών, που δραστηριοποιούνται στα Είδη και Λύσεις Πληροφορικής, για το αντίστοιχο διάστημα του 2011 ο κύκλος εργασιών αποτυπώθηκε στα 482,5 εκατομμύρια ευρώ, σημειώνοντας μείωση κατά 8,8%, ενώ το EBITDA έφτασε στα 19,7 εκατομμύρια ευρώ με αύξηση της τάξεως του 54,7%, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2010. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Τέλος, όσον αφορά τον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε στα 4,3 δις ευρώ με μείωση κατά 7,3% για το 9μηνο του 2011, ενώ το EBITDA έφτασε τα 1,3 δις ευρώ, σημειώνοντας μείωση κατά 13,2%, σε αντίθεση με το αντίστοιχο 9μηνο του 2010. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Α, ο πίνακας 10 παρουσιάζει αναλυτικά τα στοιχεία και τα αποτελέσματα των εισηγμένων εταιρειών του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στο Χρηματιστήριο Αθηνών για το 9μηνο του 2011. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Παρόλα τα παραπάνω αποτελέσματα, θα πρέπει να τονιστεί πως σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του European Information Technology Observatory (EITO), ο τομέας τόσο της πληροφορικής όσο και των τηλεπικοινωνιών είχε μικρότερες απώλειες απ' ότι είχε αρχικά εκτιμηθεί. Πιο συγκεκριμένα, η υποχώρηση ήταν της τάξεως του 5,3% για το 2011

(τη στιγμή που το 2010 η πτώση ήταν στο 9,8%), ενώ για το 2012 γίνεται λόγος για οριακή πτώση της τάξεως του 0,5%. (Ναυτεμπορική, 2011)

3.1.3 Η σημασία πραγματοποίησης στοχευμένων επενδύσεων στον κλάδο, η αντιμετώπιση αυτών από την Ευρώπη και την πολιτεία και οι κοινωνικές προεκτάσεις από τέτοιου είδους επενδυτικές κινήσεις

Με βάση μελέτη του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, διαπιστώνεται ότι ο συγκεκριμένος κλάδος μπορεί να παίζει σημαντικό και καταλυτικό ρόλο στην οικονομία της χώρας. Έχει μια διαφορετική δυναμική από τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας και έχει επηρεαστεί λιγότερο, κατά την περίοδο της κρίσης. Είναι, επίσης, γεγονός πως η χρησιμοποίηση των τεχνολογιών του κλάδου, μέσω των εφαρμογών και της καινοτομίας του, σε άλλους κλάδους της οικονομίας, θα δώσει άμεσα μια άλλη διάσταση και δυναμική σε αυτούς τους εμπλεκόμενους κλάδους, επηρεάζοντας τους θετικά. Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία της συγκεκριμένης μελέτης, το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες, ενώ και ο τομέας της πληροφορικής παρουσιάζει ανοδική πορεία. (Καλαμαρά, 2009) Όμως, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας απαιτείται η συνεχής και περαιτέρω ανάπτυξη της ευρυζωνικότητας σε μεγαλύτερο βαθμό, με επενδύσεις από τους παρόχους σε ενσύρματα και ασύρματα δίκτυα νέας γενιάς, δηλαδή τόσο στην υποδομή όσο και στην έρευνα και την ανάπτυξη. Έτσι, θα δημιουργηθεί η ανάγκη για νέες καινοτόμες υπηρεσίες, οι οποίες με τη σειρά τους θα ενεργοποιήσουν την προσφορά, δημιουργώντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, ανάπτυξη και βιωσιμότητα στον κλάδο. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

«Με τον όρο ευρυζωνικότητα εννοούμε ένα προηγμένο και καινοτόμο περιβάλλον, από κοινωνική και τεχνολογική άποψη, το οποίο αποτελείται από γρήγορες συνδέσεις με το διαδίκτυο, κατάλληλες δικτυακές υποδομές για την ανάπτυξη νέων ευρυζωνικών εφαρμογών και υπηρεσιών, πολλαπλές επιλογές επικοινωνίας, ενημέρωσης, εκπαίδευσης, εργασίας και ψυχαγωγίας και, τέλος, δυνατότητες για ενδυνάμωση της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας.» (Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, χ.χ.: 2)

Η σημαντικότητα τέτοιου είδους επενδύσεων γίνεται αντιληπτή από το γεγονός πως θα δημιουργηθούν νέες οικονομικές ευκαιρίες όσον αφορά το ηλεκτρονικό επιχειρείν, με ανάπτυξη εταιριών με εξαιρετικά χαμηλό κόστος, όπως επίσης και νέων θέσεων εργασίας. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η ευρυζωνική τεχνολογία μπορεί να δημιουργήσει πάνω από εκατό χιλιάδες θέσεις εργασίας ανά έτος, οι οποίες θα επηρεάσουν τις θέσεις περισσότερων από ένα εκατομμύριο ανθρώπων. Ενδεικτικά αναφέρεται πως στη Γερμανία αναμένεται να δημιουργηθούν 968 χιλιάδες θέσεις εργασίας μέχρι το 2020, ενώ στη Γαλλία η κατασκευή του δικτύου Fibre to the Home θα δημιουργήσει 365 χιλιάδες θέσεις. Αυτό, πρακτικά, μεταφράζεται σε περίπου €20 δις προστιθέμενης αξίας στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο €152 περίπου δις. Όσον αφορά την Ελλάδα, η κατασκευή δικτύου FTTH/B θα δημιουργήσει επενδυτικό κεφάλαιο άνω του €1 δις, δημιουργώντας συγχρόνως σαράντα χιλιάδες θέσεις εργασίας. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Επιπρόσθετα, τα οφέλη από τέτοιου είδους επενδύσεις θα είναι τεράστια, καθώς μπορούν να δώσουν καίριες λύσεις στον τομέα της υγείας και στο δημόσιο τομέα και, φυσικά, να βελτιώσουν την καθημερινότητα των πολιτών, ακόμα και αυτών με ειδικές ανάγκες. Ακόμα, μπορούν να προωθήσουν αποτελεσματικά την εξ' αποστάσεως εκπαίδευση, τις φθηνές τηλεφωνικές κλήσεις και κλήσεις μέσω βίντεο προς κάθε προορισμό και να βοηθήσουν στην προστασία του περιβάλλοντος, με ταυτόχρονο περιορισμό των άσκοπων μετακινήσεων. (Greek Digital TV, 2011, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, χ.χ.: 2, 3, 4)

Η ψηφιακή τεχνολογία, όπως και το διαδίκτυο, δημιουργούν νέες ταχύτερες συνθήκες ως προς τον τρόπο παραγωγής, διαφήμισης και διανομής του περιεχομένου στους καταναλωτές. Έτσι, με την περαιτέρω σύγκλιση των τεχνολογιών που εμφανίζονται στην αγορά σε συνδυασμό με τις επενδύσεις στην ευρυζωνικότητα, το περιεχόμενο μπορεί να μεταδοθεί από διαφορετικά δίκτυα, είτε μέσω παραδοσιακής μετάδοσης (επίγεια, καλωδιακή και δορυφορική εκπομπή), είτε μέσω του διαδικτύου, και να διανεμηθεί στην τηλεόραση, τον προσωπικό υπολογιστή ή την κονσόλα παιχνιδιών του χρήστη. Είναι γεγονός, πλέον, πως οι καταναλωτές εμφανίζουν όλο και περισσότερο την ανάγκη να παρακολουθούν οτιδήποτε

ανεξαρτήτως τόπου και χρόνου, με αποτέλεσμα όλες οι τεχνολογικές εξελίξεις να έχουν τον σκοπό της κάλυψης των συγκεκριμένων προσδοκιών. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2011: 3)

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, που ενισχύει την παραπάνω εκτίμηση, είναι το γεγονός ότι στο Ηνωμένο Βασίλειο υπολογίστηκε η αναλογία κόστους - οφέλους σε επενδύσεις σιδηροδρομικών σταθμών, η οποία είναι £2 για κάθε £1 επένδυσης, σε αντίθεση με τις επενδύσεις στην ευρυζωνικότητα, οι οποίες και αποδίδουν £20 για κάθε £1 επένδυσης. Σύμφωνα με τα παραπάνω, κρίνεται απαραίτητο η Ελλάδα να ακολουθήσει τις εξελίξεις και να υπάρξουν επενδύσεις σε ευρυζωνικά δίκτυα, τη στιγμή, μάλιστα, που στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ήδη ξεκινήσει δυναμικά οι συγκεκριμένες διαδικασίες. (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Πάντως, σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία της μελέτης του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, σχετικά με τον ρυθμό αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης στη χώρα, το ποσοστό παραμένει υψηλό (19,9%), όπως αποτυπώθηκε στις αρχές του 2011. Επίσης, οι καταναλωτές φανέρωσαν την προτίμησή τους σε ευρυζωνικές συνδέσεις, αφού το 76,3% αυτών των συνδέσεων οφείλονται σε συνδυαστικά πακέτα (double and triple play), έναντι 56,8% που ήταν το 2010. Ακόμα, παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση του αριθμού των ενεργών συνδρομητών της κινητής τηλεφωνίας, που κάνουν χρήση των ευρυζωνικών συνδέσεων μέσω 3G κινητών τηλεφώνων. Στην ενότητα 5 του Παραρτήματος Α, το διάγραμμα 3 απεικονίζει το ρυθμό αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης στην Ελλάδα από το 2002 έως και το 2011, όπως και του πλήθους των ευρυζωνικών συνδέσεων που πραγματοποιήθηκαν. (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2011: 1)

Αξίζει να σημειωθεί πως τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία χρηματοδοτούν τέτοιου είδους επενδύσεις, με σκοπό να βελτιώσουν τα δίκτυα σε διάφορους τομείς, όπως για παράδειγμα στην ενέργεια, τις μεταφορές και την ψηφιακή τεχνολογία, προσφέροντας νέα χρηματοδοτικά μέσα, που μειώνουν το επενδυτικό ρίσκο των επιχειρήσεων, όπως προβλέπει για παράδειγμα μια ενδεχόμενη συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. Άλλωστε, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει εκδώσει και σχετική οδηγία για οριστική μετάβαση στη «ψηφιακή εποχή». (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Από την πλευρά της πολιτείας, ενθαρρύνονται, όποτε είναι εφικτό, η ενίσχυση και η βιωσιμότητα του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών μέσω έργων μεγάλης αξίας, που προκηρύσσονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η κοινή ανακοίνωση των υπουργείων Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων το Νοέμβριο του 2011, για ανάληψη τριών σημαντικών έργων, τα οποία θα τονώσουν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, ενώ στις αρχές του 2012 αναμένεται να προκηρυχθεί το νέο έργο - μαμούθ «Σύζευξις II», με προϋπολογισμό που φθάνει τα 630 εκατομμύρια ευρώ. (Ναυτεμπορική, 2011)

3.1.4 Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος και που χρίζουν άμεσης επίλυσης

Από την άλλη πλευρά, παρατηρούνται προβλήματα στον κλάδο που έχουν να κάνουν με έλλειψη παγιωμένων επιχειρηματικών συμπεριφορών, που επεκτείνονται και στον τομέα του επαγγελματισμού, αλλά και ζητήματα κουλτούρας, προκειμένου να υπάρχει ένα ενιαίο πλαίσιο συμπεριφοράς χωρίς αθέμιτα αποτελέσματα. Θετικό στοιχείο για τον κλάδο αποτελεί ότι η βιωσιμότητά του δεν εξαρτάται πλέον σε μεγάλο βαθμό από τα έργα που αναλαμβάνονται στο δημόσιο τομέα, κατά συνέπεια η μεταξύ τους αλληλεξάρτηση συνεχώς αμβλύνεται. (Καλαμαρά, 2009)

Το μέγεθος της αγοράς του κλάδου παραμένει πολύ μεγάλο, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και να γίνεται επιτακτική η ανάγκη εξεύρεσης λύσεων σε ανοικτά ζητήματα. Κατά συνέπεια θεωρείται απαραίτητο να γίνουν κινήσεις για αναδιαρθρώσεις, εξαγορές – συγχωνεύσεις και ξεκαθάρισμα εκείνων των επιχειρήσεων που είναι σε κατάσταση πτώχευσης. (Καλαμαρά, 2009) Επιπλέον, πρέπει να ξεπεραστούν καθυστερήσεις που παρατηρούνται σε ορισμένα ρυθμιστικά ζητήματα από την πολιτεία, δημιουργώντας ένα πιο εκσυγχρονισμένο ρυθμιστικό περιβάλλον με σταθερούς και ξεκάθαρους κανόνες λειτουργίας νομικά και επενδυτικά, που θα βοηθήσει σημαντικά στην περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου, με φυσικό επακόλουθο τη βιωσιμότητα των επενδύσεων. (Greek Digital TV, 2011)

Πιο συγκεκριμένα σε ότι έχει να κάνει με τις υπηρεσίες, όσον αφορά την αγορά των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, απαιτείται να διαμορφωθεί ένα πιο ασφαλές επενδυτικό πλαίσιο με νέα επιχειρηματικά μοντέλα, που θα βοηθήσει και στην αποτίναξη του δύσκολου μακροοικονομικού περιβάλλοντος, το οποίο και αποτυπώνεται και στα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων του κλάδου. Είναι γεγονός πως ελληνικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες (όπως είναι η πληροφορική) κατέχουν σημαντική θέση διεθνώς, πραγματοποιώντας εξαγωγές, λόγω της εξωστρέφειας και της καινοτομίας τους, έχοντας προσεγγίσει αναπτυγμένες και απαιτητικές αγορές. Αξιοσημείωτο είναι ότι λειτουργούν ως ανεξάρτητες και όχι μέσω μητρικών πολυεθνικών, παρέχοντας προϊόντα αλλά και ολοκληρωμένες υπηρεσίες πληροφορικής. Κατά συνέπεια, αυτές οι αγορές με τους απαιτητικούς πελάτες εγγυώνται και μεγαλύτερα περιθώρια βιώσιμης ανάπτυξης μελλοντικά. (Greek Digital TV, 2011, Καλαμαρά, 2009)

Για τέτοιου είδους εταιρίες με καινοτομία και τεχνολογική πρωτοπορία είναι απαραίτητη η τεχνογνωσία, η οποία και μπορεί να χρηματοδοτηθεί από επενδύσεις που θα απογειώσουν ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο, προσφέροντας τεράστια οικονομικά οφέλη. Οπωσδήποτε, όμως, υπάρχουν σημαντικά ζητήματα που χρίζουν επίλυσης, όπως η ενθάρρυνση για δημιουργία δικτύων νέας γενιάς και υποδομών σε όλη την ελληνική επικράτεια, αλλά και στις αγροτικές και ημιαστικές περιοχές. (Greek Digital TV, 2011)

Σε ότι αφορά την αγορά της ψηφιακής τηλεόρασης και των τηλεπικοινωνιών, παρουσιάζεται σημαντικό πρόβλημα όσον αφορά το ψηφιακό μέρισμα και η νομοθετική ρύθμιση που αυτό απαιτεί, ενός τομέα που αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για το Δημόσιο. Ακόμα, υπάρχουν ανοικτά μέτωπα σε ότι έχει να κάνει με το διαχωρισμό των αδειών και των παρόχων υπηρεσιών περιεχομένου και υπηρεσιών δικτύου, την αποτίμηση και δημοπράτηση του φάσματος, τις επιπτώσεις από ενδεχόμενο συγχώνευσης ιδιωτικών καναλιών, το καθεστώς των σταθμών της ελληνικής περιφέρειας στη νέα εποχή και τις νέες τεχνολογίες. Ακόμα, σε ότι έχει αφορά τη διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση υπάρχουν ανοικτά μέτωπα, όπως η ποιότητα, η γεωγραφική προσφορά και, φυσικά, ο πλούτος του περιεχομένου. (Greek Digital TV, 2011)

Συμπερασματικά, για να γίνει αυτή η μετάβαση στη «ψηφιακή Ελλάδα» που χρειάζεται και απαιτείται, λόγω της διαρκώς αναπτυσσόμενης ψηφιακής νέας εποχής στο εμπόριο και σε όλους τους τομείς γενικότερα, με βάση και τους κανόνες που θέτει πλέον η Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι σαφές πως πρέπει να βρεθεί άμεση και γρήγορη λύση σε βασικά ζητήματα, όπως είναι η ανανέωση των αδειών κινητής τηλεφωνίας, η κατανομή του φάσματος και το ψηφιακό μέρισμα, η αδειοδότηση σε σταθμούς βάσης και τα τέλη διέλευσης. (Greek Digital TV, 2011)

3.1.5 Η προσφορά του κλάδου στην εγχώρια απασχόληση και στη μείωση του δείκτη ανεργίας

Ένας άλλος πολύ σημαντικός παράγοντας, που αποδεικνύει τη σημασία και τη δυναμική του κλάδου, είναι η συμμετοχή του στην απασχόληση, η οποία βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο, χωρίς να έχει επηρεαστεί σημαντικά, συγκριτικά με άλλους κλάδους της οικονομίας. (Καλαμαρά, 2009)

Σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος (ΕΣΥΕ), τα οποία περιλαμβάνονται και σε μελέτη του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, το σύνολο των απασχολούμενων στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών ξεπερνά τους εβδομήντα χιλιάδες κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2007, που σε σύγκριση με τα στοιχεία που υπήρχαν το 2000, παρατηρείται μια ποσοστιαία αύξηση της τάξεως του 34,1%, ενώ η ποσοστιαία αύξηση για το σύνολο των απασχολούμενων σε όλους τους κλάδους ανέρχεται στο 10,1%. Συμπερασματικά, η ποσοστιαία συμμετοχή του κλάδου στην γενικότερη εγχώρια απασχόληση ανέρχεται στο 1,6% για το 2007 και στο 1,5% για το 2008, καθιστώντας τον κλάδο ιδιαίτερα σημαντικό και στον συγκεκριμένο τομέα, δημιουργώντας, έτσι, θέσεις απασχόλησης και ευκαιρίες καριέρας. Δεν μπορεί, εξάλλου, να παραγνωριστεί το γεγονός πως τα τελευταία χρόνια η ζήτηση από την πλευρά εταιριών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της πληροφορικής παρουσιάζει συνεχή αύξηση, με κύριο τον τομέα του προγραμματισμού. (Καλαμαρά, 2009)

Αναλύοντας σε μεγαλύτερο βάθος τον κλάδο, σε ότι αφορά τις επαγγελματικές κατηγορίες, οι απασχολούμενοι στον κλάδο με το μεγαλύτερο ποσοστό, που ανέρχεται στο 20,5% για το 2008, είναι οι Τεχνολόγοι και Τεχνικοί Βοηθοί των επιστημών της φυσικής και της μηχανικής και εκείνοι οι οποίοι ασκούν συναφή επαγγέλματα, ενώ το σύνολο των απασχολούμενων της συγκεκριμένης κατηγορίας σε όλους τους κλάδους ανέρχεται μόλις στο 2,3%. Υψηλά είναι και τα αποτελέσματα που αφορούν εκείνους τους εργαζόμενους που ανήκουν στην κατηγορία υπάλληλοι γραφείου και υπάλληλοι εξυπηρέτησης πελατών, με ποσοστά που αγγίζουν το 16,6% και 8,5% αντίστοιχα για το 2008, τη στιγμή που σε όλους τους κλάδους τα αντίστοιχα φτάνουν μόλις το 9% και 2,4% αντίστοιχα. Ακόμα, αξίζει να αναφερθεί πως ακολουθούν οι κατηγορίες των Μηχανικών, Εφαρμοστών και Συντηρητών μηχανών ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού, με ποσοστό 10,4%, όπως και εκείνα τα πρόσωπα που αναπτύσσουν οποιαδήποτε επαγγελματική δραστηριότητα στον κλάδο της πληροφορικής, κατέχοντας ένα ποσοστό της τάξεως του 9,6%. (Καλαμαρά, 2009)

Σε ότι αφορά στον τομέα των υπηρεσιών, ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών παρουσίασε αύξηση των απασχολούμενων της τάξεως του 43,5% των συνολικών απασχολούμενων στον κλάδο για το 2008 (τη στιγμή που το 2007 ήταν 41,5%). Στο σημείο αυτό, όμως, θα πρέπει να τονιστεί πως ο ρυθμός της μέσης ετήσιας μεταβολής στον συγκεκριμένο τομέα είναι ιδιαίτερα υψηλός, καθώς την περίοδο από το 2000 έως το 2008 έφθασε το 126,5%. (Καλαμαρά, 2009)

Όσον αφορά, δε, τον κλάδο του εμπορίου, οι απασχολούμενοι στο σύνολο του κλάδου συμμετέχουν σε ποσοστό 12,6% το 2008 (αυξημένο κατά 1,4% σε σχέση με το 2007). Ακόμα, κατά την περίοδο από το 2000 έως το 2008, η συνολική αύξηση της απασχόλησης στις εμπορικές επιχειρήσεις ανήλθε στο 29,6%, με το μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής να είναι 2,3%. (Καλαμαρά, 2009)

Τέλος, έπειτα από επεξεργασία των στοιχείων, που διατίθενται από την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της ΕΣΥΕ, παρουσιάζονται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα 11, τα ποσοστά της διάρθρωσης της απασχόλησης ανά περιφέρεια τόσο στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, όσο και στο σύνολο των κλάδων της οικονομίας για το 2007 και 2008. (Καλαμαρά, 2009)

<i>Περιφέρεια</i>	<i>Σύνολο κλάδων</i>		<i>ΤΠΕ</i>	
	<i>2007*</i>	<i>2008**</i>	<i>2007*</i>	<i>2008**</i>
Ανατ. Μακεδονία & Θράκη	5,23%	5,21%	2,64%	2,10%
Κεντρική Μακεδονία	16,84%	16,89%	13,36%	17,38%
Δυτική Μακεδονία	2,35%	2,30%	0,53%	0,55%
Ηπειρος	2,91%	2,99%	1,43%	0,84%
Θεσσαλία	6,58%	6,58%	2,21%	2,09%
Ιόνια Νησιά	1,95%	1,89%	1,20%	0,56%
Δυτική Ελλάδα	6,18%	6,21%	3,08%	3,04%
Στερεά Ελλάδα	4,98%	4,91%	2,05%	3,09%
Αττική	37,16%	37,91%	66,21%	62,90%
Πελοπόννησος	5,60%	5,60%	3,01%	2,66%
Βόρειο Αιγαίο	1,60%	1,60%	1,03%	0,78%
Νότιο Αιγαίο	2,73%	2,47%	0,92%	1,10%
Κρήτη	5,90%	5,45%	2,34%	2,91%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%

Πίνακας 11 (* προσωρινά στοιχεία β' τριμήνου, ** προσωρινά στοιχεία α' τριμήνου).

3.2 Ανάλυση της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης

3.2.1 Το μέγεθος της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης

Σύμφωνα με τις υπηρεσίες που πρόκειται να προσφέρει η προς σύσταση εταιρία Digital Tech θα ανήκει στην αγορά της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης. Με βάση την παρούσα κατάσταση που επικρατεί στη συγκεκριμένη αγορά, οι ανταγωνιστικοί πάροχοι IPTV, ως προς την εταιρία, είναι οι εταιρίες ΟΤΕ, On Telecoms, Hellas online και Forthnet. (Μπόθος, 2009) Επομένως, γίνεται αντιληπτό πως μπορεί αριθμητικά ο ανταγωνισμός να μην είναι μεγάλος, ποιοτικά όμως είναι, καθώς αναφέρεται σε προσφερόμενες ποιοτικές υπηρεσίες σε έναν τομέα ο οποίος αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς.

3.2.2 Οι ανάγκες που παρουσιάζονται και το επίπεδο ανάπτυξης της αγοράς της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης μελλοντικά

Ο σημερινός καταναλωτής έχει αποκολληθεί από τον παλαιό παθητικό ρόλο με τον οποίο παρακολουθούσε το περιεχόμενο ενός τηλεοπτικού προγράμματος. Πλέον, εμφανίζεται η επιθυμία του, πέρα από την υψηλού επιπέδου ποιότητα ήχου και εικόνας, να αποκτήσει πιο ενεργό ρόλο στην τηλεοπτική εμπειρία και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ιδιότητα που προσφέρει η διαδραστικότητα. Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης επιθυμεί να μπορεί να επηρεάσει περισσότερο τη μορφή και το περιεχόμενο του παρεχόμενου προγράμματος ή υπηρεσίας, δηλαδή να υπάρχει μια αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ της πηγής και του λήπτη. Φυσικά, η διαδραστικότητα δεν περιλαμβάνει μόνο διαφορετικότητα στον τρόπο μετάδοσης του περιεχομένου, αλλά και σύγκλιση των τεχνολογιών για προσφορά ενός πιο εναλλακτικού πακέτου υπηρεσιών, με σκοπό την κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών. (Ebusiness forum, 2006)

Αξίζει να σημειωθεί ότι μέχρι σήμερα οι χρήστες έδειχναν να μην προτιμούν τέτοιου είδους διαδραστικές εφαρμογές, διότι δεν ήταν εύχρηστες λόγω του προβληματικού σχεδιασμού τους. Γι' αυτό το λόγο, ο στρατηγικός στόχος των επιχειρήσεων είναι να αναβαθμίσουν τη μορφή μετάδοσης του περιεχομένου και τα κανάλια επικοινωνίας, αξιοποιώντας κάθε τεχνολογική εξέλιξη και εφαρμόζοντας νέες πρακτικές μάρκετινγκ, όπως είναι η στοχευμένη προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών ή το χτίσιμο εικονικών κοινοτήτων. Η τιμή των νέων παρεχόμενων υπηρεσιών σταδιακά θα μειώνεται μεταξύ των επιχειρήσεων, προκειμένου να προσελκύσουν περισσότερους καταναλωτές και να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. (Ebusiness forum, 2006)

Ακόμα, η διαδικτυακή (IPTV) και η διαδραστική (iDTV) ψηφιακή τηλεόραση αποτελούν ένα ελκυστικό επενδυτικό και επιχειρηματικό περιβάλλον για τους παροχείς περιεχομένου, όπως είναι οι διαφημιστικές εταιρίες. Έτσι, θα δημιουργηθούν οι συνθήκες για να αναπτυχθεί η διαδραστική μορφή διαφήμισης, όπου με βάση την επεξεργασία των ενδιαφερόντων του χρήστη απέναντι σε προβαλλόμενες διαφημίσεις, θα δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας εξατομικευμένων διαφημίσεων. (Ebusiness forum, 2006)

Με βάση τα παραπάνω, είναι σαφές πως στο άμεσο μέλλον η συγκεκριμένη αγορά θα αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο και θα κυριαρχήσει λόγω των ευκαιριών τόσο σε επίπεδο τεχνολογίας και υποδομών όσο και σε επίπεδο εφαρμογών και υπηρεσιών, ενώ ήδη παρουσιάζεται τεράστια ανάγκη από τους καταναλωτές για ανάπτυξη νέων εύχρηστων εφαρμογών και υπηρεσιών, οι οποίες θα βασίζονται στο διαδίκτυο, σε συνδυασμό με τη διαδραστικότητα.

3.3 Ανάλυση του ανταγωνισμού

3.3.1 Ποιος είναι ο ανταγωνισμός

Με βάση την παρούσα κατάσταση που επικρατεί στην αγορά της ψηφιακής διαδικτυακής και διαδραστικής τηλεόρασης, οι ανταγωνιστικοί πάροχοι IPTV, ως προς την εταιρία Digital Tech, είναι τέσσερις εταιρίες και πρόκειται για τις OTE, Forthnet, Hellas online και On Telecoms. (Μπόθος, 2009)

Πιο συγκεκριμένα, ο Όμιλος OTE ιδρύθηκε το 1949 και αποτελεί την εταιρία – ηγέτη στο γενικότερο χώρο των τηλεπικοινωνιών. Είναι εισηγμένος στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και οι δραστηριότητές του επεκτείνονται και πέραν της ελληνικής επικράτειας και, πιο συγκεκριμένα, στα Βαλκάνια, στην Ανατολική Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή. Είχε κύκλο εργασιών περί τα 3,8 δις ευρώ για το 2011 και διαθέτει έδρα στην Αθήνα με ακριβή διεύθυνση Κηφισίας 99 στο Μαρούσι. (OTE, 2011, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Το 1998 εισήχθη στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, αποτελώντας την πρώτη ελληνική επιχείρηση που επιτύγχανε κάτι τέτοιο, ενώ το ίδιο έτος απέκτησε το 35 % της RomTelecom στη Ρουμανία. Από το 2001 έως και το 2003, ο Όμιλος συγκαταλέχθηκε, από άποψη χρηματιστηριακής αξίας, μεταξύ των πρώτων πεντακοσίων επιχειρήσεων ανά τον κόσμο και μεταξύ των δέκα πρώτων τηλεπικοινωνιακών οργανισμών στην Ευρώπη. (OTE, 2011)

Το 2008, απέκτησε το 100 % της COSMOTE και συγχωνεύτηκε η OTENET με απορρόφηση από τον ΟΤΕ. Επιπλέον, υπογράφηκε συμφωνία μεταξύ της ελληνικής κυβέρνησης και της Deutsche Telekom για κατοχή, από την κάθε πλευρά, του 25 % συν μία μετοχή του μετοχικού κεφαλαίου του ΟΤΕ, ενώ ξεκίνησε και η δοκιμαστική εμπορική διάθεση του conn-x TV, μέσω της τεχνολογίας IPTV, με πάνω από είκοσι χιλιάδες συνδρομητές στην Ελλάδα μέχρι σήμερα. (ΟΤΕ, 2011, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011) Το επόμενο έτος, πωλήθηκε επιπλέον 5 % των μετοχών και δικαιωμάτων ψήφου του Ελληνικού Δημοσίου στη Deutsche Telekom. Ακόμα, η COSMOTE ολοκλήρωσε την εξαγορά της Telemobil SA (Zapp) στη Ρουμανία και την πώληση της COSMOFON στην πΓΔΜ, ενώ απέκτησε το 100 % της ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ. (ΟΤΕ, 2011)

Τέλος, το 2010, ο Όμιλος εξέρχεται από το Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, ενώ του απονέμεται το βραβείο Καλύτερης Εταιρείας στην Ελλάδα στον τομέα της Εταιρικής Διακυβέρνησης. (ΟΤΕ, 2011)

Στην ενότητα 2 του Παραρτήματος Α, παρουσιάζονται τα οικονομικά στοιχεία του Ομίλου ΟΤΕ και η μεταβλητότητα αυτών κατά τη περίοδο από το 1998 έως το 2008. (Statbank, χ.χ.)

Ο Όμιλος Forthnet ιδρύθηκε το 1995, είναι εισηγμένος στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και είχε κύκλο εργασιών περί των 307 εκατομμυρίων ευρώ για το 2011. Είναι η πρώτη εταιρία που παρείχε υπηρεσίες Internet στην Ελλάδα. Διαθέτει έδρα στην Αθήνα με ακριβή διεύθυνση Ατθίδων 4 στην Καλλιθέα. Αξίζει να σημειωθεί πως το 2008 ανακοίνωσε την εξαγορά της εταιρίας Netmed NV. Έτσι, με τη συγκεκριμένη εξαγορά προέκτεινε τις δραστηριότητές του και στον τομέα της συνδρομητικής τηλεόρασης προσφέροντας περιεχόμενο triple play, μέσω της ψηφιακής δορυφορικής πλατφόρμας nova. (Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών, 2011, Forthnet, 1998, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Όσον αφορά τον Όμιλο Hellas online, ιδρύθηκε το 1990, είναι επίσης εισηγμένος στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και είχε κύκλο εργασιών περίπου 166 εκατομμύρια ευρώ για το 2011, ενώ σε γενικές γραμμές έχει γύρω στους 415 χιλιάδες συνδρομητές. Είναι μέλος του Ομίλου Intracom Holdings και διαθέτει ιδιόκτητο δίκτυο οπτικών ινών με μήκος που ξεπερνά τα τέσσερις χιλιάδες χιλιόμετρα πανελλαδικά. Διαθέτει έδρα στην Αθήνα με ακριβή διεύθυνση Αδριανείου 2 και Παπαδά, ενώ διαθέτει και κεντρικό υποκατάστημα στη Θεσσαλονίκη για το συντονισμό των δραστηριοτήτων του στη Βόρεια Ελλάδα, με ακριβή διεύθυνση Μαρίνου Αντύπα 41 στην Πυλαία. (Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών, 2011, Hellas online, χ.χ., Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ, 2011)

Τέλος, όσον αφορά τον Όμιλο On Telecoms, ιδρύθηκε το 2006, δεν είναι εισηγμένος στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και είχε κύκλο εργασιών περίπου 61 εκατομμύρια ευρώ για το 2010, ενώ σε γενικές γραμμές διαθέτει γύρω στους 130 χιλιάδες συνδρομητές, με άνω των 75 χιλιάδων εξ' αυτών να διαθέτουν συνδρομές IPTV. Ανήκει εξολοκλήρου στην On Network Holdings N.V. που εδρεύει στην Ολλανδία και αποτελεί την πρώτη εταιρεία, η οποία χρησιμοποιώντας τεχνολογίες Νέας Γενιάς και το ιδιόκτητο δίκτυο οπτικών ινών της, προσέφερε το Triple Play και την IPTV μαζί σε όλη τη συνδρομητική της βάση. Διαθέτει έδρα στην Αθήνα με ακριβή διεύθυνση Εθνικής Αντιστάσεως 62Α στο Χαλάδρι, ενώ διαθέτει και κεντρικό υποκατάστημα στη Βόρεια Ελλάδα με ακριβή διεύθυνση Εθνικής Αντιστάσεως 15 στην Καλαμαριά. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 2009 ανακοίνωσε την εξαγορά της εταιρίας τηλεπικοινωνιών Vivodi Telecom. (Wikipedia, 2011, Μπόθος, 2009, On Telecoms, χ.χ., Φωτεινός, 2011)

Όπως γίνεται αντιληπτό, ο ανταγωνισμός στη συγκεκριμένη αγορά είναι ιδιαίτερα έντονος και αυτό επιβεβαιώνεται από τις εξαγορές που πραγματοποίησαν οι Όμιλοι ΟΤΕ, Forthnet και On Telecoms, προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών της συγκεκριμένης αγοράς έγκειται στην ποιοτικότερη και πρωτοποριακή προσφορά υπηρεσιών, καθώς και στη δημιουργία αξιόπιστου brand name στη συνείδηση των πελατών.

3.3.2 Πίνακας ανάλυσης του ανταγωνισμού και παρουσίαση των δυνατών και αδύνατων σημείων της νέας υπηρεσίας και της επένδυσης (ανάλυση SWOT)

Στην ενότητα 1 του Παραρτήματος Β, ο πίνακας αποτυπώνει τα δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρίας Digital Tech σε σχέση με τον ανταγωνισμό με βάση κάποιους κύριους παράγοντες, όπως είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες, η τιμολόγηση, η εταιρική φήμη, η ποιότητα, η εμπειρογνομosύνη και η διαφήμιση. (Biztree Inc., 2012, ΟΤΕ, 2011, ΟΤΕ TV, χ.χ., On Telecoms, χ.χ., Hellas online, χ.χ., Forthnet, 1998)

Συνοψίζοντας τα δυνατά σημεία της επένδυσης, γίνεται σαφές πως η καινοτόμος υπηρεσία που πρόκειται να προσφερθεί βασίζεται στην IPTV, τη διαδραστικότητα μέσω του διαδικτύου και την κινητή τηλεφωνία και όλα αυτά μέσω ενός τηλεοπτικού δέκτη. Η νέα αυτή υπηρεσία θα προσφέρεται από ειδικά διαμορφωμένη πλατφόρμα, όπως έχει ήδη αναφερθεί στην υποενότητα 2.1.2, δημιουργώντας συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού, κάνοντάς τον πιο ευάλωτο. Καθώς η υπηρεσία δεν υπάρχει στην ελληνική αγορά αναμένεται να λάβει μεγάλο μερίδιο αγοράς. Η δυνατότητα μίσθωσης γραμμών και δικτύου από τον Όμιλο ΟΤΕ αποτελεί εγγύηση σε ότι αφορά την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας. Η τιμολογιακή πολιτική (μηνιαία συνδρομή 20 ευρώ) για νέα καινοτόμο υπηρεσία στην αγορά θεωρείται ιδιαίτερα χαμηλή, όμως κρίνεται σκόπιμο να ακολουθηθεί η πολιτική μιας προσιτής οικονομικά υπηρεσίας προς όλα τα κοινωνικά στρώματα σε συνδυασμό με τις σύγχρονες δύσκολες οικονομικές συγκυρίες. Επίσης, η σύγκλιση των απόψεων για δημιουργία ενός νέου προϊόντος που δεν έχει κάνει την εμφάνισή του μέχρι σήμερα και η ανάγκη να στεφθεί το συγκεκριμένο εγχείρημα με επιτυχία, δίνει ένα επιπλέον κίνητρο για την υλοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης. Σε αυτή τη κατεύθυνση θα συντελέσει και η συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την εταιρία Samsung Electronics Hellas, η οποία θα αναλάβει την κατασκευή και την προώθηση της νέας συσκευής τηλεόρασης, η οποία θα υποστηρίζει το σύνολο των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας.

Όσον αφορά το αδύνατα σημεία, ο ανταγωνισμός διαθέτει μεγαλύτερο δίκτυο εξουσιοδοτημένων καταστημάτων σε όλη την ελληνική επικράτεια, ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές. Επιπλέον, δε θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός πως,

παρόλο που πρόκειται για επένδυση σε καινοτόμο προϊόν, εμπεριέχει το στοιχείο του ρίσκου, όπως σε κάθε νέα επένδυση. Αρχικά, πρόκειται να αντιμετωπιστεί με καχυποψία από το καταναλωτικό κοινό, αφενός διότι θα παρουσιάζεται μια υπηρεσία που δεν τη γνώριζε μέχρι σήμερα και θα πρέπει να πειστεί για την αναγκαιότητά της και αφετέρου λόγω της σημερινής δυσχερούς οικονομικής κατάστασης που έχει πλήξει όλα τα κοινωνικά στρώματα. Γι' αυτό το λόγο, κρίνεται σκόπιμο να δαπανηθούν σημαντικά ποσά σε στοχευμένους σκοπούς μάρκετινγκ, όπως είναι η τηλεοπτική και η έντυπη διαφήμιση, προκειμένου να υπάρξει προσέλκυση και εκτενής πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού για τις δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει η νέα υπηρεσία, ανεξαρτήτως ηλιακού κοινού. Έτσι, θα αυξηθεί η αξιοπιστία και η εταιρική φήμη της προς σύσταση εταιρίας, βοηθώντας σημαντικά στη βιωσιμότητα της επένδυσης.

Ανάλυση SWOT

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Καινοτόμος υπηρεσία με ποιοτικά χαρακτηριστικά, που δεν έχει εμφανιστεί στην ελληνική αγορά. ▪ Συνεργασία με την εταιρία Samsung Electronics Hellas. ▪ Τιμολογιακή πολιτική χαμηλότερη από τον ανταγωνισμό. ▪ Άμεση εξυπηρέτηση και τεχνική υποστήριξη. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Καχυποψία από καταναλωτές, διότι δε γνωρίζουν την παρεχόμενη νέα υπηρεσία. ▪ Μοναδική πηγή εσόδων είναι οι πωλήσεις – συνδρομές. ▪ Ο ανταγωνισμός διαθέτει μεγαλύτερο δίκτυο εξουσιοδοτημένων καταστημάτων. ▪ Ο ανταγωνισμός έχει ήδη εδραιωθεί στην αγορά, διαθέτοντας ισχυρό brand name, εμπειρία, αξιοπιστία και μερίδιο αγοράς.
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εμφανίζεται μια ανεκπλήρωτη ανάγκη στους καταναλωτές, που η συγκεκριμένη υπηρεσία μπορεί να καλύψει. ▪ Βελτίωση του τρόπου ζωής του καταναλωτικού κοινού, είτε πρόκειται για ψυχαγωγία είτε για ενημέρωση. ▪ Η συγκεκριμένη υπηρεσία έχει ήδη εμφανιστεί σε χώρες της Ευρώπης, οπότε μελλοντικά θεωρείται δεδομένο πως θα εισχωρήσει και στην Ελλάδα. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντίστοιχες επενδυτικές κινήσεις του ανταγωνισμού προς την ίδια κατεύθυνση. ▪ Αντιμετώπιση της νέας υπηρεσίας από την κοινωνία (αν θα αποτυπωθεί στη συνείδηση των καταναλωτών ως μια αναγκαία και ποιοτική υπηρεσία). ▪ Δυσχερής εγχώρια οικονομική κατάσταση που πλήττει όλα τα κοινωνικά στρώματα.

4. Στρατηγικές Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

4.1 Εισαγωγή

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της στρατηγικής μάρκετινγκ για την αποτελεσματική προώθηση και πώληση της υπηρεσίας από την εταιρεία θα βασιστεί στα αποκλειστικά πλεονεκτήματα που διαθέτει αυτή έναντι του ανταγωνισμού. Η μοναδικότητα του προϊόντος θα αποτελέσει τη βασική αρχή πάνω στην οποία θα στηριχθεί εξ' ολοκλήρου η στρατηγική του μάρκετινγκ και των πωλήσεων. Από τη στιγμή που το προϊόν έχει σαν βάση τη ψηφιακή διαδικτυακή τηλεοπτική πλατφόρμα, ασχέτως με το γεγονός ότι θα προσφέρει στον χρήστη και δυνατότητες που παραπέμπουν σε άλλες τεχνολογίες, όπως το διαδίκτυο και την κινητή τηλεφωνία, η βασική αγορά - στόχος που πρόκειται να εισχωρήσει η υπηρεσία, και όπου θα πρέπει να είναι στοχευμένες οι ενέργειες μάρκετινγκ, είναι αυτή της παροχής τηλεοπτικού περιεχομένου.

Με γνώμονα τον αυξημένο ανταγωνισμό που υπάρχει στη συγκεκριμένη αγορά και το γεγονός πως πρόκειται για νέα υπηρεσία, για να υπάρξει επιτυχία στην οποιαδήποτε στρατηγική, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί ένα συγκεκριμένο πλάνο ενεργειών μάρκετινγκ με πλουραλισμό, ώστε να καλυφθεί αποτελεσματικά και να πληροφορηθεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερο εύρος πληθυσμού ανεξαρτήτως ηλικίας. Τέτοια προβολή μπορεί να επιτευχθεί μέσω ισχυρών μέσων μαζικής επικοινωνίας, όπως είναι η τηλεόραση, το διαδίκτυο και ο έντυπος τύπος, όπως επίσης και με ενημερωτικά έντυπα από τα καταστήματα Πλαίσιο σε όλη τη χώρα ή με αποστολή ενημερωτικών mail στους καταναλωτές που ήδη χρησιμοποιούν προϊόντα της εταιρίας Samsung Electronics. Υπολογίζοντας όλες τις παραπάνω παραμέτρους, ο πρωταρχικός στόχος είναι η απόκτηση ενός μεριδίου αγοράς της τάξεως των 60 χιλιάδων συνδρομητών σε ένα διάστημα 2 ετών, το οποίο φαντάζει ιδανικό και ιδιαίτερα ικανοποιητικό σενάριο.

4.2 Στρατηγική τμηματοποίησης της αγοράς

Η τμηματοποίηση της αγοράς στην οποία απευθύνεται η υπηρεσία δεν είναι κάτι εύκολο, άλλα ούτε μπορεί να γίνει βάση μεμονωμένων κριτηρίων, όπως είναι τα γεωγραφικά κριτήρια, ο τρόπος ζωής ή ακόμα και η οικονομική επιφάνεια. Αντίθετα, θα ήταν μια λάθος προσέγγιση, καθώς σήμερα το τηλεοπτικό περιεχόμενο, όπως επίσης και οι υπηρεσίες του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας, διατίθενται και χρησιμοποιούνται από κάθε ηλικιακό κοινό σε όλη την Ελλάδα, ανεξαρτήτως κοινωνικού στρώματος, μορφωτικού επιπέδου και γεωγραφικής θέσης, που είναι και ο στόχος προσέγγισης της εταιρίας, παρόλο που αξίζει να σημειωθεί πως το ηλικιακό κοινό από 20 έως 50 ετών γνωρίζει και είναι πιο εξοικειωμένο με τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών.

Όμως, παρόλα τα παραπάνω, μπορεί να γίνει μια προσέγγιση σε συγκεκριμένο κοινό, ανεξαρτήτως των παραπάνω παραγόντων που αναφέρθηκαν. Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη πως θα υπάρξει στρατηγική συνεργασία με την εταιρία Samsung Electronics Hellas, η οποία έχει επιτυχημένη πορεία στον ελληνικό χώρο και μεγάλο μερίδιο αγοράς, συμπεραίνεται πως το αγοραστικό κοινό της συγκεκριμένης εταιρίας αποτελεί τον πρωταρχικό στόχο, με σκοπό την αύξηση του μεριδίου αγοράς αποσπώντας το από τον ανταγωνισμό, όπως είναι ο Όμιλος On Telecoms, ο οποίος διαθέτει πάνω από 70 χιλιάδες συνδρομητές στην IPTV. (Μπόθος, 2009)

Επιπλέον, ο μέσος πολίτης έχει την ανάγκη από ένα καλύτερο επίπεδο υπηρεσιών στην καθημερινότητά του στον ελάχιστο χρόνο που μπορεί να εξοικονομήσει από την εργασία του. Έτσι, θα ήταν ιδιαίτερα εύχρηστο να μπορούσε να χρησιμοποιήσει μια υπηρεσία από ένα μέσο, απαλλάσσοντας τον από την εναλλαγή στην χρήση του τρίπτυχου τηλεόραση – ηλεκτρονικός υπολογιστής - κινητό τηλέφωνο, αποκτώντας ένα νέο οικονομικό τρόπο ζωής.

Ακόμα, όσον αφορά τα γεωγραφικά κριτήρια, η δυνατότητα μίσθωσης γραμμών και δικτύου από τον Όμιλο ΟΤΕ, μέσω της υποδομής που ήδη διαθέτει και των περαιτέρω επενδύσεων στην ευρυζωνικότητα, δίνει τη δυνατότητα για μεγάλη κάλυψη σε όλο το εύρος των εδαφικών περιοχών της Ελλάδας.

4.3 Στρατηγική στοχεύσεως

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το αγοραστικό κοινό της εταιρίας Samsung Electronics Hellas αποτελεί τον πρωταρχικό στόχο, με σκοπό την αύξηση του μεριδίου αγοράς αποσπώντας το από τον ανταγωνισμό. Οπότε, γίνεται κατανοητό πως ο προσανατολισμός είναι αρχικά το «εσωτερικό» κοινό και μετέπειτα το «εξωτερικό».

Αρχικά, σκοπός είναι η στόχευση του ήδη υπάρχοντος αγοραστικού κοινού της Samsung Electronics Hellas με συγκεκριμένες ενέργειες μάρκετινγκ, που μπορεί να περιλαμβάνουν και αποκλειστικές προσφορές. Κατά συνέπεια, η ενημέρωση του συγκεκριμένου κοινού για την ύπαρξη και τις δυνατότητες της νέας υπηρεσίας θα είναι άμεση, μέσω εταιρικών ενημερωτικών email, τηλεφωνικής επικοινωνίας και αποστολής ενημερωτικών φυλλαδίων. Πέρα, όμως, από την πρωταρχική διαδικασία ενημέρωσης, υπάρχει η πρόθεση για μια ποσοστιαία έκπτωση της τάξεως του 10 % για τους ήδη υπάρχοντες χρήστες τηλεοπτικών δεκτών Samsung, οι οποίοι θα προβούν σε αντικατάσταση του τηλεοπτικού δέκτη με το νέο. Ο λόγος επιλογής αυτής της στρατηγικής είναι διότι το ήδη υπάρχον κοινό θα είναι πολύ πιο θετικό στην απόκτηση ενός νέου προϊόντος από μία εταιρία που εμπιστεύεται, ιδιαίτερα αν παρουσιάζονται ευκολίες για αυτό.

Όσον αφορά το «εξωτερικό» κοινό, η στρατηγική στόχευσης αφορά το αγοραστικό κοινό στο σύνολό του με ενέργειες παραδοσιακού μάρκετινγκ, όπως είναι η τηλεοπτική και η έντυπη διαφήμιση. Ο κύριος όγκος της συγκεκριμένης στρατηγικής θα προσανατολίζεται στην προβολή και την προώθηση της νέας υπηρεσίας, με σκοπό την πληροφόρηση για τις δυνατότητες που προσφέρει και κατόπιν την προσέλκυση περισσότερων καταναλωτών, αποσπώμενοι από τον ανταγωνισμό. Στόχος αυτής της στρατηγικής θα είναι ο εντοπισμός και η προβολή του κενού των αναγκών στην αγορά, που έρχεται να καλύψει η νέα υπηρεσία, και στη στοχευόμενη ανάδειξή της ως ένα προϊόν που θα συνδυάζει και θα παρέχει τις καλύτερες υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αμφίδρομης επικοινωνίας.

4.4 Στρατηγική τοποθέτησης

Όσον αφορά τη στρατηγική τοποθέτησης της νέας υπηρεσίας στην αγορά θα κινηθεί σε δύο βασικούς άξονες. Ο πρώτος άξονας θα είναι η τοποθέτηση της με βάση τις ξεχωριστές ιδιότητες που διαθέτει, με επέκταση στη μοναδικότητα που το διακρίνει και στη δυνατότητα να ξεχωρίσει άμεσα από τον ανταγωνισμό. Αυτό μπορεί να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο με την αντιπαράθεσή της έναντι στις τεχνολογικές υπηρεσίες που διατηρεί ο ανταγωνισμός, καθώς ο συνδυασμός επιλογών και παροχών που μπορεί να προσφέρει η νέα υπηρεσία από ένα μέσο δημιουργεί πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

Ο δεύτερος άξονας θα αφορά την εταιρική εικόνα, μέσω του ισχυρού brand name, που έχει σχηματίσει το καταναλωτικό κοινό για την εταιρία Samsung Electronics Hellas, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην επιτυχημένη πορεία που έχει διαγράψει στον ελληνικό χώρο. Η επιτυχημένη εικόνα που τη συνοδεύει, σε συνδυασμό με τα υψηλού επιπέδου προϊόντα που προσφέρει, θα βοηθήσει στη δημιουργία ανάλογου προφίλ και παραλληλισμού της νέας υπηρεσίας με την επιτυχημένη στρατηγική που ήδη ακολουθείται. Το μήνυμα προς το αγοραστικό κοινό θα πρέπει να είναι σαφές και κατανοητό μέσα από τις ενέργειες μάρκετινγκ, με κεντρικό μήνυμα ότι προσφέρεται το καλύτερο προϊόν - υπηρεσία από τους καλύτερους.

4.5 Στρατηγική προϊόντος / υπηρεσίας

Γνωρίζοντας τις ανάγκες της σύγχρονης εποχής και αναλύοντας τις δυνατότητες της συγκεκριμένης υπηρεσίας που την κάνει να ξεχωρίζει, γίνεται σαφές ότι ικανοποιεί μια ακάλυπτη μέχρι σήμερα ανάγκη, για την οποία υπάρχει η δυνατότητα να ικανοποιείται τμηματικά από διαφορετικά τεχνολογικά μέσα, αλλά μέχρι σήμερα δεν υπάρχει μια τεχνολογική πλατφόρμα που να τα συνδυάζει με τέτοιο τρόπο. Η τηλεόραση, το διαδίκτυο και η κινητή τηλεφωνία εξυπηρετούν το καθένα αποκλειστικές ανάγκες, ενώ μέσω της τεχνολογικής προόδου χρησιμοποιείται ήδη και συνδυασμός αυτών, όπως είναι οι υπηρεσίες double και triple play, χωρίς όμως να έχει υπάρξει συνδυασμός και των τριών αυτών

τεχνολογιών σε συνδυασμό με τη διαδραστικότητα που μπορούν να προσφέρουν. Η νέα υπηρεσία προσφέρει άρτιο συνδυασμό αυτών μέσω της νέας πλατφόρμας υπηρεσιών, δηλαδή παρακολούθηση τηλεοπτικών μεταδόσεων με άριστη ψηφιακή εικόνα και ήχο, πρόσβαση σε σελίδες του διαδικτύου όπως κοινωνικά δίκτυα, διαδραστικότητα μέσω αυτού και χρήση των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας από ένα τηλεοπτικό δέκτη.

Τα πακέτα Internet μέσω ADSL και τηλεφωνίας είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα σήμερα, ενώ η εξέλιξη της ψηφιακής διαδικτυακής τηλεόρασης επέτρεψε ως ένα βαθμό την είσοδο υπολογιστικών εφαρμογών, όπως βάσεις δεδομένων για ταινίες. Η ιδιαίτερη απήχηση και η πρακτική εφαρμογή, που έχουν αυτά τα μεμονωμένα προϊόντα, οδήγησε στην δημιουργία αυτής της ανάγκης των καταναλωτών, που έρχεται να καλύψει αποτελεσματικά η νέα υπηρεσία.

Συμπερασματικά, το σκεπτικό και ο σκοπός της συγκεκριμένης επένδυσης είναι η δυνατότητα της ικανοποίησης των καθημερινών απαιτήσεων του χρήστη από την τηλεόραση, το διαδίκτυο και την κινητή τηλεφωνία, από μία συσκευή με αμφίδρομη επικοινωνία, σταματώντας ή επεμβαίνοντας στο περιεχόμενο. Τα παραπάνω συστατικά αποτελούν και τα βασικά πλεονεκτήματα που θα διαφοροποιήσουν τη νέα υπηρεσία από τον ανταγωνισμό και θα προσελκύσουν το καταναλωτικό κοινό.

4.6 Στρατηγική τιμολόγησης

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί αναμένεται να είναι κατά το δυνατόν πιο προσιτή στον καταναλωτή, που αντιστοιχεί σε ένα ποσό της τάξεως των 20 ευρώ ανά μηνιαία συνδρομή. Για μια καινοτόμο υπηρεσία στην αγορά θεωρείται ιδιαίτερα χαμηλή, όμως κρίνεται σκόπιμο να ακολουθηθεί η πολιτική μιας προσιτής οικονομικά υπηρεσίας προς όλα τα κοινωνικά στρώματα σε συνδυασμό με τις σύγχρονες δύσκολες οικονομικές συγκυρίες.

Στην παρούσα φάση, όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί ο ανταγωνισμός, αυτή διαφοροποιείται ανάλογα με την εταιρία. Για παράδειγμα, ο Όμιλος

OTE προσφέρει IPTV με το πρόγραμμα OTE TV μέσω conn-x έναντι 14,90 ευρώ / μήνα (για οικογενειακό πακέτο) και 19,90 ευρώ / μήνα (για full pack). Επιπλέον, υπάρχουν ξεχωριστές χρεώσεις για υπηρεσίες μετά από αίτημα, όπως η ενοικίαση ταινιών, προσφέροντας τα προγράμματα OTE Club On Demand, έναντι 5 ευρώ / μήνα, και OTE Cinema On Demand, έναντι 1 - 4,50 ευρώ / ταινία. Ο Όμιλος Forthnet προσφέρει σε πακέτο τηλεφωνία, Internet ADSL 24 Mbps και συνδρομητική τηλεόραση Nova με ταινίες και σειρές έναντι του ποσού των 49,90 ευρώ / μήνα. Ο Όμιλος Hellas online προσφέρει υπηρεσίες τύπου video club με ταινίες και σειρές έναντι του ποσού των 8 ευρώ / μήνα, ενώ ο Όμιλος On Telecoms προσφέρει σε πακέτο τηλεφωνία και ψηφιακή διαδικτυακή τηλεόραση έναντι 26,76 ευρώ / μήνα. (OTE TV, χ.χ., On Telecoms, χ.χ., Hellas online, χ.χ., Forthnet, 1998) Κατά συνέπεια, γίνεται σαφές πως η νέα υπηρεσία έχει μεγαλύτερη γκάμα περιεχομένου, προσφέροντας IPTV, πλοήγηση σε σελίδες στο διαδίκτυο και υποστήριξη υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, και είναι πιο ανταγωνιστική ως προς την τιμή.

Όσον αφορά τον τηλεοπτικό δέκτη που θα πρέπει να προμηθευτούν οι καταναλωτές, πρόκειται για μια τηλεόραση 52'' με εγκατεστημένα προγράμματα που θα υποστηρίζει το σύνολο των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας και θα εμφανιστεί για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά. Οπότε γίνεται σαφές πως δεν υπάρχει μέτρο σύγκρισης με προηγούμενα προϊόντα, όμως είναι δεδομένο πως η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί δεν θα απέχει ιδιαίτερα από τους σημερινούς τηλεοπτικούς δέκτες αντίστοιχων διαστάσεων και υπηρεσιών.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί ο ανταγωνισμός στον τομέα της κατασκευής και εμπορίας τηλεοπτικών συσκευών δεν διαφοροποιείται ιδιαίτερα ανάλογα με την εταιρία, με τη τιμή των τηλεοπτικών δεκτών αντίστοιχων διαστάσεων και υπηρεσιών να κυμαίνεται μεταξύ 2.050 και 2.150 ευρώ. Για παράδειγμα, η εταιρία Sony προφέρει το μοντέλο τηλεοπτικής συσκευής KDL-55NX720, το οποίο διαθέτει οθόνη 55'' και τη δυνατότητα παρακολούθησης βίντεο μέσω διαδικτύου και online επικοινωνίας μέσω Skype. (Sony Greece, 2012) Ακόμα, η εταιρία LG Electronics προσφέρει μοντέλα τηλεοπτικών δεκτών, όπως είναι το LG 55LW980S με οθόνη 55'' και 3D Smart TV και το LG 47LX6500 με οθόνη 47'', δυνατότητα ασύρματης σύνδεσης εξωτερικών συσκευών μέσω πομπού, ενώ υποστηρίζει και Web TV. (LG Electronics Greece, 2010) Κατά

συνέπεια, γίνεται αντιληπτό πως η τιμή του νέου τηλεοπτικού δέκτη που θα προσφέρει η Samsung Electronics Hellas θα κυμαίνεται σε ένα ποσό της τάξεως των 2.400 ευρώ, δεδομένου των καινοτόμων χαρακτηριστικών που θα έχει (ειδικά κατασκευασμένο τηλεχειριστήριο με πληκτρολόγιο και τζόϊстик, ηχεία και ενσωματωμένη κάμερα) και των υπηρεσιών της πλατφόρμας που θα υποστηρίζει.

Αξίζει να αναφερθεί πως υπάρχει η δυνατότητα αγοράς του τηλεοπτικού δέκτη και από εκείνους οι οποίοι επιθυμούν να γίνουν αργότερα συνδρομητές στο πακέτο της νέας υπηρεσίας της Digital Tech. Σε αυτή την περίπτωση, οι χρήστες θα έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν μόνο τηλεοπτικά προγράμματα σε ψηφιακή εικόνα και ήχο δίχως άλλες παροχές.

Τέλος, όσον αφορά το περιθώριο κέρδους ανά μηνιαία συνδρομή, υπολογίζεται πως αρχικά θα είναι της τάξεως των 5 ευρώ. Το περιθώριο κέρδους έχει να κάνει με το ποσό που δημιουργείται αν αφαιρέσουμε τα λειτουργικά έξοδα (μισθοί προσωπικού, λειτουργικά έξοδα εγκαταστάσεων, αμοιβές συνεργατών) από τα έσοδα της εταιρίας από την τεχνολογία. Για παράδειγμα, αν αναφέρουμε ενδεικτικά πως τα λειτουργικά έξοδα της εταιρίας ανέρχονται μηνιαίως στα 15 χιλιάδες ευρώ, ποσό ρεαλιστικό, και προσεγγίσουμε τους χίλιους συνδρομητές από την αρχή της ίδρυσης της εταιρίας, γίνεται αντιληπτό πως το μηνιαίο πρωτογενές πλεόνασμα που δημιουργείται είναι της τάξεως των 5 χιλιάδων ευρώ, ποσό το οποίο και θα αυξάνεται ραγδαία με την είσοδο και νέων συνδρομητών.

4.7 Δίκτυα διανομής

Η εταιρία Digital Tech θα διαθέτει τις υπηρεσίες της νέας πλατφόρμας στο αγοραστικό κοινό μέσω του δικτύου καταστημάτων λιανικής πώλησης Πλαίσιο, που υπάρχει σε όλες τις πόλεις και κωμοπόλεις της Ελλάδας. Αυτό αυτόματα σημαίνει ότι δεν θα παρατηρούνται καθυστερήσεις, ενώ επίσης θα εξυπηρετούνται στο μέγιστο βαθμό οι καταναλωτές.

Όσον αφορά τη διανομή των τηλεοπτικών δεκτών θα υπάρξουν δύο δίκτυα διανομής. Με δεδομένο ότι η συναρμολόγηση των τηλεοπτικών συσκευών θα πραγματοποιείται στην Ελλάδα, το πρώτο δίκτυο αφορά τη προμήθεια της εταιρίας Samsung Electronics Hellas με τα απαραίτητα υλικά και ανταλλακτικά για τη συναρμολόγηση των τηλεοπτικών δεκτών. Τα συγκεκριμένα υλικά θα εισάγονται αεροπορικώς από τη χώρα προέλευσης και την έδρα παγκοσμίως της Samsung Electronics που είναι η Νότιος Κορέα και θα μεταφέρονται με φορτηγά ιδιοκτησίας της Samsung Electronics Hellas στις εγκαταστάσεις της εταιρίας. Το δεύτερο δίκτυο διανομής αφορά τα σημεία πώλησης, από τα οποία οι καταναλωτές θα μπορούν να προμηθεύονται τους τηλεοπτικούς δέκτες, που είναι επίσης το πανελλαδικό δίκτυο καταστημάτων λιανικής πώλησης Πλαίσιο.

4.8 Στρατηγική προώθησης και διαφήμισης

Με δεδομένο πως η επένδυση θα αφορά μια νέα υπηρεσία, απαιτείται να αποτυπωθούν πλήρως τα χαρακτηριστικά της. Η εταιρία Digital Tech θα ακολουθήσει δύο συγκεκριμένες στρατηγικές προώθησης και διαφήμισης, η μία εκ των οποίων θα έχει ως βάση την προβολή της νέας υπηρεσίας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης υψηλής εμβέλειας. Λαμβάνοντας υπόψη πως το νέο προϊόν θα απευθύνεται στο σύνολο του πληθυσμού άνω των 18 ετών, η πρώτη στρατηγική έχει να κάνει με την προβολή στοχευμένου διαφημιστικού spot σε συγκεκριμένα τηλεοπτικά κανάλια και την έντυπη καταχώρηση διαφημιστικού υλικού σε εφημερίδες και περιοδικά υψηλής απήχησης, προκειμένου να ενημερωθεί το καταναλωτικό κοινό. Οι εφημερίδες και η τηλεόραση αποτελούν δίκτυα ενημέρωσης για το σύνολο του πληθυσμού και μία στοχευμένη καταχώρηση στα συγκεκριμένα μέσα θα ήταν μια επιτυχημένη στρατηγική.

Η δεύτερη στρατηγική ενέργεια θα αφορά τη διανομή διαφημιστικών εντύπων προς το καταναλωτικό κοινό, όταν αυτό θα εισέρχεται στο δίκτυο καταστημάτων Πλαίσιο, ή την αποστολή ενημερωτικών email.

4.8.1 Συνοπτική παρουσίαση τρόπων και κόστους προβολής και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης

Στη συγκεκριμένη υποενότητα θα παρουσιαστούν ενδεικτικά κάποιες ενδεδειγμένες στρατηγικές κινήσεις προβολής και διαφήμισης και τα κόστη αυτών, που μπορούν να οδηγήσουν στα επιθυμητά αποτελέσματα.

Σε ότι έχει να κάνει με το τηλεοπτικό spot προβλέπεται να είναι μικρής διάρκειας (περίπου 50 δευτερολέπτων), προκειμένου να μην γίνει κουραστικό και θα προβληθεί αρχικά για περίπου τρεις μήνες στα κανάλια NET, η οποία έχει πανελλαδική κάλυψη και μεγάλο αριθμό τηλεθεατών, και στο νεανικό μουσικό κανάλι Mad TV (πανελλαδική κάλυψη, συγκεκριμένη θεματολογία) για την προσέλκυση του νεανικού κοινού. Η τηλεοπτική διαφήμιση θα εμφανίζεται σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα και ζώνες της μέρας λόγω αυξημένης τηλεθέασης, με πιο ενδεδειγμένες τις ώρες 3-5 το μεσημέρι και 9-11 το βράδυ. Για το Mad TV θα υπάρχουν συνολικά 14 spot/εβδομάδα, δηλαδή σύνολο 98 spot/μήνα, ενώ και για τη NET θα είναι 14 spot/εβδομάδα, δηλαδή σύνολο 98 spot/μήνα.

Όσον αφορά την έντυπη καταχώρηση, θα υπάρχει στο νεανικό περιοδικό ποικίλης ύλης μηνιαίας έκδοσης FREE (ολοσέλιδο 4χρωμο και υποσέλιδο) για τρία τεύχη, προκειμένου να προσελκυστούν καταναλωτές νεανικού ηλικιακού κοινού, και στην εφημερίδα πανελλαδικής κυκλοφορίας «Το Πρώτο ΘΕΜΑ» (ολοσέλιδο 4χρωμο και υποσέλιδο) για τα τέσσερα φύλλα της Κυριακής και για τρεις μήνες. (Ζέρβα, 2008)

Στην ενότητα 2 του Παραρτήματος Β, οι δύο πίνακες παρουσιάζουν ένα ρεαλιστικό σενάριο του συνολικού κόστους του πλάνου προώθησης και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης (κόστος media planning) και του συνολικού κόστους παραγωγής του τηλεοπτικού spot και της έντυπης καταχώρησης αντίστοιχα. (Ζέρβα, 2008)

Συμπερασματικά, με βάση τα στοιχεία από τους δύο πίνακες της ενότητας 2 του Παραρτήματος Β, ένα ενδεικτικό συνολικό κόστος για τη συγκεκριμένη στρατηγική προώθησης και διαφήμισης της νέας υπηρεσίας ανέρχεται στα 526.088 ευρώ,

συμπεριλαμβάνοντας τα συνολικά κόστη της παραγωγής και του πλάνου προώθησης και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Αξίζει να σημειωθεί πως το αρχικό κόστος των παραπάνω στρατηγικών προώθησης και διαφήμισης θα καλυφθεί από το κεφάλαιο που θα εισχωρήσει κατά τη σύσταση της εταιρίας, ενώ σκοπός είναι οι όποιες μελλοντικές προωθητικές ενέργειες να καλύπτονται από ένα μικρό ποσοστό των κερδών από τις πωλήσεις. Μελλοντικά, ανάλογα με το ύψος των πωλήσεων, υπάρχει η σκέψη να δοθεί χορηγία στο χώρο του ποδοσφαίρου, διότι ο αθλητισμός αποτελεί σημαντική πηγή προβολής για την προσέλκυση περισσότερων συνδρομητών.

4.9 Στρατηγική πωλήσεων

Όσον αφορά την έναρξη παροχής των υπηρεσιών της νέας πλατφόρμας, αυτή θα υλοποιείται με την υπογραφή συμβολαίου μεταξύ του καταναλωτή και της εταιρίας στα καταστήματα Πλαίσιο. Το δίκτυο καταστημάτων Πλαίσιο διαθέτει άρτια εκπαιδευμένους πωλητές, οι οποίοι θα εκπαιδευτούν για την απόκτηση της κατάλληλης τεχνογνωσίας γύρω από τη νέα υπηρεσία με σκοπό τη σωστή προώθησή της. Στις άμεσες προθέσεις βρίσκεται και η δημιουργία ενός ενημερωτικού βίντεο που θα μπορούν να χρησιμοποιούν οι πωλητές για να παρουσιάζουν εκτενέστερα τις ξεχωριστές ιδιότητες της υπηρεσίας. Έτσι, εάν κάποιος καταναλωτής επιθυμεί να αποκτήσει το νέο τηλεοπτικό δέκτη της Samsung Electronics, θα του γνωστοποιείται ότι σε περίπτωση που επιθυμεί να έχει το σύνολο των υπηρεσιών τόσο εκείνου όσο και της νέας πλατφόρμας θα απαιτείται να γίνει συνδρομητής της Digital Tech.

4.10 Πρόβλεψη πωλήσεων

Μια γενική πρόβλεψη πωλήσεων μπορεί να είναι ενδεικτική. Στη συγκεκριμένη επένδυση, είναι σαφές πως πρόκειται για ένα καινοτόμο προϊόν, το οποίο θεωρείται αναγκαίο βάση των σημερινών αναγκών που παρουσιάζονται, καθώς πρόκειται να καλυτερέψει και να

διευκολύνει τον τρόπο ζωής των καταναλωτών. Επίσης, θεωρείται δεδομένο πως, τουλάχιστον στην αρχή, θα τύχει της καχυποψίας και της αμφισβήτησης των καταναλωτών για τις δυνατότητές του, διότι δεν θα είναι γνωστά τα χαρακτηριστικά του, γεγονός που αναμένεται να μειωθεί σταδιακά με την συνεχή διαφημιστική προβολή της νέας υπηρεσίας.

Υπολογίζοντας όλες τις παραπάνω παραμέτρους, ο πρωταρχικός στόχος της εταιρίας, από την πρώτη ημέρα διάθεσης της νέας υπηρεσίας, θα είναι η απόκτηση ενός μεριδίου αγοράς της τάξεως των 60 χιλιάδων συνδρομητών σε ένα διάστημα 2 ετών, το οποίο φαντάζει ιδανικό και ιδιαίτερα ικανοποιητικό. Με βάση την πεποίθηση πως κάθε μήνα θα αυξάνεται όλο και περισσότερο ο αριθμός των συνδρομητών, μπορεί να πραγματοποιηθεί μια πρόβλεψη πωλήσεων σε ένα διάστημα 12 μηνών με τρεις πιθανές εκδοχές. Η πρώτη εκδοχή θα αφορά την καλύτερη δυνατή περίπτωση πωλήσεων, η δεύτερη την αναμενόμενη πορεία και η τρίτη το χειρότερο δυνατό σενάριο.

Πιο συγκεκριμένα, η βέλτιστη εκδοχή έχει να κάνει με πρόβλεψη 30 χιλιάδων συνδρομητών σε ένα έτος, που είναι και ο πρωταρχικός στόχος. Η δεύτερη εκδοχή, που ανταποκρίνεται και περισσότερο στην πραγματικότητα, έχει να κάνει με απόδοση πωλήσεων της τάξεως των 17 χιλιάδων συνδρομητών και, τέλος, η τρίτη εκδοχή, που αφορά και το χειρότερο σενάριο, αφορά πρόβλεψη πωλήσεων της τάξεως των 7 χιλιάδων συνδρομών.

Θεωρώντας πως το περιθώριο κέρδους ανά μηνιαία συνδρομή, υπολογίζεται πως αρχικά θα είναι της τάξεως τουλάχιστον των 5 ευρώ, γίνεται αντιληπτό πως το συνολικό μηνιαίο περιθώριο κέρδους μετά τον πρώτο χρόνο θα ανέρχεται στα 150 χιλιάδες ευρώ στην πρώτη εκδοχή, στα 85 χιλιάδες ευρώ στη δεύτερη και στα 35 χιλιάδες ευρώ στη τρίτη. Φυσικά, αυτές οι προβλέψεις έχουν ισχύ από τη στιγμή που το σύνολο των χρηστών πληρώνει συνδρομή και τους 12 μήνες του οικονομικού έτους.

Στην ενότητα 3 του Παραρτήματος Β, παρατίθεται αναλυτικά η μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων για τη χειρίστη περίπτωση των 7 χιλιάδων συνδρομών σε ένα έτος.

5. Ανάπτυξη

5.1 Χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης

Η εύρεση μισθωμένων εγκαταστάσεων, όπου θα στεγαστεί η εταιρία, η δυνατότητα μίσθωσης γραμμών και δικτύου από τον Όμιλο ΟΤΕ και το ήδη υπάρχον δίκτυο διανομής με το προσωπικό που το απαρτίζει, δίνουν πλεονέκτημα χρόνου, όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα που πρέπει να ακολουθηθεί για την υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου. Αυτό που απαιτείται είναι πλήρης προσαρμογή και προσανατολισμός στην υλοποίηση της νέας τεχνολογίας, εννοώντας την πλατφόρμα, και υπογραφή στρατηγικής συμφωνίας με την εταιρία Samsung Electronics Hellas, προκειμένου να δοθεί το απαραίτητο χρονικό περιθώριο, μέσω της χώρας προελεύσεως, για κατασκευή νέων τηλεοπτικών δεκτών που θα υποστηρίζουν τη νέα υπηρεσία. Η παροχή ενός άριστου προϊόντος στον καταναλωτή και η συνοδεία του από ανάλογης ποιότητας υπηρεσίες είναι αυτοσκοπός.

Το χρονοδιάγραμμα από την εκκίνηση του εγχειρήματος με την εισροή του απαιτούμενου κεφαλαίου στην εταιρία μέχρι την ημέρα διάθεσης της υπηρεσίας κρίνεται πως δε θα είναι μεγαλύτερο των οχτώ μηνών, με περιθώριο ακόμα ενός μήνα προκειμένου να αντιμετωπιστούν προβλήματα που ίσως παρουσιαστούν. Μέσα στο συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα θα γίνουν και οι απαραίτητες κινήσεις προώθησης του προϊόντος μέσω του δικτύου διανομής, όπως και εκπαίδευσης του προσωπικού, ενώ το διάστημα θεωρείται επαρκές και για την κατασκευή, συναρμολόγηση και αρχική διάθεση περίπου τριών χιλιάδων τηλεοπτικών δεκτών στην αγορά.

5.2 Στρατηγική και ρίσκα ανάπτυξης

Η στρατηγική της μελλοντικής ανάπτυξης της εταιρίας είναι άμεσα συνυφασμένη με τη συνεχή αύξηση των συνδρομητών στη χώρα και με τη δημιουργία ιδιόκτητου δικτύου γραμμών και οπτικών ινών μέσω επενδύσεων στην ευρυζωνικότητα, με σκοπό τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των καταναλωτών σε όλους τους τομείς.

Όσον αφορά το εσωτερικό περιβάλλον, σε καμία περίπτωση δε θα πρέπει να θεωρηθεί πως μόνο με την εξειδίκευση του τεχνικού προσωπικού πάνω στην νέα τεχνολογία έχουν επιτευχθεί οι στόχοι και έχει ανταπεξέλθει το εγχείρημα στις ανάγκες της αγοράς. Απαιτείται συνεχής εκπαίδευση και επένδυση, τόσο σε χρόνο όσο και σε κεφάλαιο, στη συνεχή και ποιοτική έρευνα και ανάπτυξη για υποστήριξη των λειτουργιών της πλατφόρμας και την εισαγωγή νέων εφαρμογών που θα προλαβαίνουν τις ανάγκες της αγοράς και θα προσελκύσουν ακόμα περισσότερους καταναλωτές. Η παρακολούθηση των τεχνολογικών εξελίξεων και αναγκών εντός και εκτός Ελλάδας θα είναι η βάση για τις όποιες μελλοντικές κινήσεις. Αυτό, φυσικά, ενέχει και το ρίσκο στο κόστος, καθώς αν κριθεί απαραίτητη οποιαδήποτε αναβάθμιση ή αντικατάσταση της νέας πλατφόρμας με μία νέα πιο αναβαθμισμένη, τότε θα πραγματοποιηθεί ανεξαρτήτως κόστους.

Ανάλογα με την αύξηση του μεγέθους της εταιρίας, σκοπός είναι η δημιουργία ιδιόκτητου δικτύου γραμμών και οπτικών ινών μέσω επενδύσεων στην ευρυζωνικότητα μελλοντικά, με ταυτόχρονη επέκταση του δικτύου διανομής με περισσότερα εξουσιοδοτημένα καταστήματα με εκπαιδευμένους πωλητές και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδας, με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση των καταναλωτών γύρω από τη νέα υπηρεσία. Το δίκτυο αυτό θα μπορεί να προσφέρει άμεση τεχνική υποστήριξη για την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνδρομητών.

Τα ρίσκα που απαιτείται να αντιμετωπιστούν για την υλοποίηση της μελλοντικής στρατηγικής ανάπτυξης είναι, αφενός, η ενδεχόμενη χρονοβόρα προσαρμογή και εξεύρεση κινήτρου του προσωπικού σε επίπεδο τεχνολογικών εξελίξεων και, αφετέρου, η αύξηση του κόστους σε επενδύσεις που θεωρούνται κερδοφόρες και βιώσιμες μελλοντικά. Κατά συνέπεια, θα απαιτηθεί η συνεχής απόδοση κινήτρων στο προσωπικό για τη χρησιμότητα νέων επενδύσεων και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της εταιρίας, με ακριβές χρονοδιάγραμμα εργασιών για τη δημιουργία και κυκλοφορία νέων εφαρμογών. Όσον αφορά, δε, την αύξηση του κόστους σε μελλοντικές επενδύσεις, που θα κρίνονται κερδοφόρες, θα καλύπτεται εάν είναι εφικτό από το τζίρο που θα παρουσιάσει η εταιρία, σε διαφορετική περίπτωση, μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου.

5.3 Έξοδα ανάπτυξης με βάση το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης

Βασιζόμενοι πως το χρονοδιάγραμμα μέχρι την αρχική διάθεση της νέας υπηρεσίας είναι οχτώ μήνες, τα έξοδα ανάπτυξης αφορούν τα κόστη εκείνα που θα δαπανηθούν σε αυτό το χρονικό διάστημα μέχρι την αρχική εισροή συνδρομών από τις πρώτες πωλήσεις.

Όπως αναφέρθηκε, οι εγκαταστάσεις της εταιρίας θα βρίσκονται σε μισθωμένο χώρο στην Αθήνα, ενώ θα υπάρξει πρόσληψη προσωπικού 15 ατόμων, και κυρίως προγραμματιστών και τεχνικών που να διαθέτουν εξειδίκευση στην κατασκευή, συντήρηση και υποστήριξη πλατφορμών. Το συγκεκριμένο προσωπικό θα επωμιστεί και τη δημιουργία της εταιρικής ιστοσελίδας.

Πιο συγκεκριμένα, τα έξοδα ανάπτυξης περιλαμβάνουν τα πάγια λειτουργικά έξοδα, όπου συμπεριλαμβάνεται η αμοιβή του προσωπικού, η καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και η ηλεκτροδότησή τους, τα έξοδα σύστασης της επιχείρησης, η καταβολή του τέλους υποβολής Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ, η αγορά εξοπλισμού, τα έργα ανακατασκευής εσωτερικών εγκαταστάσεων, οι διαφημιστικές δαπάνες, το κόστος δημιουργίας της πλατφόρμας υπηρεσιών και το κόστος ασφάλισης του εξοπλισμού και του προσωπικού.

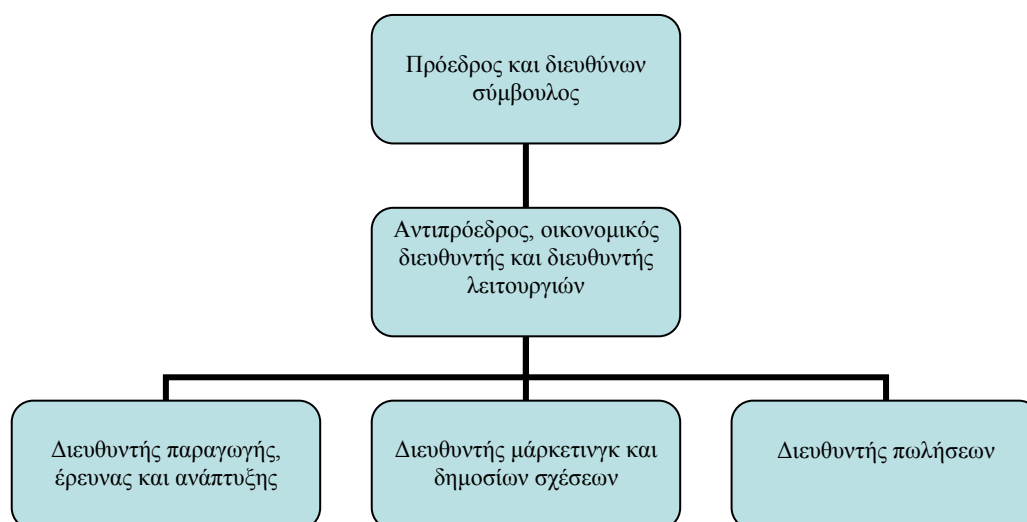
Αξίζει να σημειωθεί πως, σύμφωνα με την ΕΕΤΤ, το τέλος υποβολής Δήλωσης Καταχώρισης ορίζεται στα τριακόσια ευρώ. (ΕΕΤΤ, 2008) Επιπλέον, στις διαφημιστικές δαπάνες δε συμπεριλαμβάνεται η τηλεοπτική και η έντυπη διαφήμιση, καθώς η συγκεκριμένη προώθηση θα ξεκινήσει με τη διάθεση της νέας υπηρεσίας στην αγορά, ενώ, επίσης, δε συμπεριλαμβάνονται φορολογικές δαπάνες, καθώς υπολογίζονται με βάση τον αριθμό των πωλήσεων.

Στην ενότητα 4 του Παραρτήματος Β, ο πίνακας παρουσιάζει το κεφάλαιο που θα δαπανηθεί, που αποτελεί τα ενδεικτικά έξοδα ανάπτυξης με βάση το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης. (Biztree Inc., 2012)

6. Διαχείριση

6.1 Οργανωτική δομή εταιρίας και συμβουλευτική υποστήριξη

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η οργανωτική δομή της εταιρίας. Οι παρακάτω νευραλγικές θέσεις θα στελεχωθούν από τους μετόχους – επενδυτές της εταιρίας, που διαθέτουν την αντίστοιχη επαγγελματική εμπειρία, αποκτώντας έτσι το δικαίωμα του ελέγχου και της πορείας της επένδυσης που οι ίδιοι χρηματοδοτούν.



Σε κάθε περίπτωση, αξίζει να σημειωθεί πως η εταιρία θα διαθέτει νομικό σύμβουλο, λογιστή – ελεγκτή, ασφαλιστικό και τραπεζικό σύμβουλο, οι οποίοι θα είναι εξωτερικοί συνεργάτες, προκειμένου να διασφαλιστεί η νόμιμη, ασφαλής και επιτυχημένη λειτουργία της.

6.2 Μετοχική σύνθεση και διοικητικό συμβούλιο

Όπως αναφέρθηκε και στην υποενότητα 1.5, κύριοι μέτοχοι του πλειοψηφικού πακέτου της εταιρίας «Digital Tech A.E.» θα είναι οι ιδρυτές της επιχείρησης, ενώ οι υποψήφιοι επενδυτές θα έχουν τη δυνατότητα να γίνουν μέτοχοι, κατέχοντας όμως ποσοστό

μικρότερο του 40% που θα κατέχουν οι ιδρυτές, με την αρχική τιμή της μετοχής να είναι 1 ευρώ. Στον παρακάτω πίνακα γίνεται ακριβής αναφορά της μετοχικής σύνθεσης και του ποσοστού που θα κατέχουν οι ιδρυτές και οι υποψήφιοι επενδυτές – μέτοχοι.

Μέτοχος	Αριθμός μετοχών	Ποσοστό στη μετοχική σύνθεση
Ιδρυτές	8.000.000	40 %
Λοιποί μέτοχοι - επενδυτές	12.000.000	60 %
Σύνολο	20.000.000	100 %

Το Διοικητικό Συμβούλιο θα είναι το ανώτατο διοικητικό όργανο της εταιρίας, το οποίο θα αποφασίζει για κάθε θέμα που αφορά τη διοίκηση, την επίτευξη των στόχων και τη διαμόρφωση της στρατηγικής και της αναπτυξιακής πολιτικής. Θα αποτελείται από δεκαπέντε μέλη (η ομάδα των ιδρυτών θα εκπροσωπείται από έξι μέλη βάσει του ποσοστού των μετοχών) και θα εκλέγεται από τη γενική συνέλευση των μετόχων.

6.3 Αρμοδιότητες ομάδος διοίκησης

Η ομάδα διοίκησης αποτελείται από διευθυντές τμημάτων, που ο καθένας είναι αρμόδιος για τον έλεγχο στο εκάστοτε τμήμα δραστηριοτήτων της θυγατρικής που εποπτεύει.

Αρχικά, ο διευθυντής πωλήσεων θα είναι υπεύθυνος για την πορεία των πωλήσεων, τη βελτίωση της αποδοτικότητας των πωλητών στα σημεία πώλησης (καταστήματα Πλαίσιο) και τις στρατηγικές κινήσεις που απαιτούνται για τη συνεχή αύξηση των πωλήσεων.

Ο διευθυντής μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων θα είναι υπεύθυνος για τη συνεχή βελτίωση της εταιρικής εικόνας και της επικοινωνιακής πολιτικής της εταιρίας προς το καταναλωτικό κοινό και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, προβάλλοντας ιδιαίτερα την κοινωνική και εταιρική ευθύνη. Ακόμα, στις αρμοδιότητές του θα είναι ο σχεδιασμός νέων στρατηγικών μάρκετινγκ και διαφήμισης για την καλύτερη προώθηση της νέας υπηρεσίας.

Ο διευθυντής παραγωγής, έρευνας και ανάπτυξης θα είναι υπεύθυνος για τον έλεγχο της λειτουργίας της νέας πλατφόρμας υπηρεσιών και τη δυνατότητα ανάπτυξης νέων τεχνολογικών εφαρμογών με ταυτόχρονη υποστήριξη αυτών.

Οι τρεις παραπάνω υπεύθυνοι θα λογοδοτούν στον αντιπρόεδρο, διευθυντή λειτουργιών και οικονομικό διευθυντή, ο οποίος με τη σειρά του θα είναι υπεύθυνος για τον οικονομικό έλεγχο, με έμφαση στη βραχυχρόνια και μακροχρόνια οικονομική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί και αποτυπώνεται στα κέρδη ή τις ζημίες, αλλά και για τη τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων των εργασιών.

Τέλος, ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος θα είναι υπεύθυνος για τη στρατηγική λήψη αποφάσεων και για τον γενικότερο έλεγχο της λειτουργίας της εταιρίας, όπως επίσης και για την ενημέρωση των μετόχων και του διοικητικού συμβουλίου.

7. Λειτουργίες

7.1 Στρατηγική και πεδίο δράσης των λειτουργιών

Η στρατηγική των λειτουργιών είναι άμεσα εξαρτώμενη από τη στρατηγική μάρκετινγκ που θα ακολουθηθεί. Το 80% της οντότητας της εταιρίας θα αποτελείται από το κομμάτι των λειτουργιών. Οι λειτουργίες της αποβλέπουν στη δημιουργία μιας νέας υπηρεσίας, που θα έχει την καθολική αποδοχή των καταναλωτών και θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους, μέσω μιας νέας πλατφόρμας υπηρεσιών και παροχής αυτής από το αναβαθμισμένο δίκτυο (γραμμές ADSL) που διαθέτει ο Όμιλος ΟΤΕ και πρόκειται να μισθώσει μέρος αυτού η εταιρία. Ήδη, το 2010, η ανάπτυξη του δικτύου ADSL του ΟΤΕ συνεχίστηκε σε όλη την Ελλάδα, φτάνοντας τα 1.937 σημεία, εκ των οποίων τα 1.710 εκτός Αττικής. (ΟΤΕ, 2011: 48) Έτσι, θα αποτυπωθεί στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού ως το πιο πλήρες προϊόν στη συγκεκριμένη αγορά, από άποψη ποιοτικών χαρακτηριστικών, παροχής υπηρεσιών και ανταγωνιστικών τιμών, προσφέροντας ολοκληρωμένες ποιοτικές λύσεις υψηλής τεχνολογίας.

Άλλωστε, οι μελλοντικές κινήσεις της εταιρίας θα αποσκοπούν στη δημιουργία ιδιόκτητου δικτύου γραμμών, όπως και νέων καινοτόμων υπηρεσιών και εφαρμογών μέσω της πλατφόρμας, με βάση τη διαδικτυακή ψηφιακή τηλεόραση και τη διαδραστικότητα που μπορεί να προσφέρει, δημιουργώντας πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού και κερδίζοντας ακόμα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο των λειτουργιών θα είναι η προσφερόμενη τεχνική υποστήριξη και η διατήρηση της ικανοποίησης του εκάστοτε συνδρομητή, ακόμα και μετά την πώληση του νέου πακέτου υπηρεσιών, σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη γεωγραφική κάλυψη από το δίκτυο διανομής των καταστημάτων λιανικής πώλησης Πλαίσιο.

Αξίζει να σημειωθεί, πως οι λειτουργίες που αφορούν την κατασκευή, συναρμολόγηση και προώθηση των τηλεοπτικών δεκτών, μέσω του δικτύου διανομής, είναι αρμοδιότητα της εταιρίας Samsung Electronics Hellas, όπως επίσης και ο έλεγχος για την

εισαγωγή των απαραίτητων υλικών από τη χώρα προελεύσεως. Όμως, μέσω της σχετικής συνεργασίας που θα υπάρχει μεταξύ των δύο πλευρών, η Digital Tech θα έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει και να ελέγχει άμεσα την πρόοδο του εγχειρήματος και την πληρότητα του δικτύου διανομής με τους νέους τηλεοπτικούς δέκτες που θα υποστηρίζουν τη νέα υπηρεσία.

7.2 Τοποθεσία

Η έδρα μιας εταιρείας αποτελεί πάντοτε στρατηγικής σημασίας στοιχείο για την εξάπλωση των δραστηριοτήτων της. Οι εγκαταστάσεις της Digital Tech θα βρίσκονται σε μισθωμένο χώρο 350 περίπου τετραγωνικών μέτρων στην Αθήνα και, πιο συγκεκριμένα, στην περιοχή του Αμαρουσίου με Ταχυδρομικό Κώδικα 15124.

Η επιλογή της έδρας έγινε με βάση το γεγονός πως θα ήταν ιδιαίτερα δαπανηρό να στεγαστεί σε ιδιόκτητο χώρο, ενώ ο μισθωμένος χώρος που επιλέχθηκε πληροί τις προδιαγραφές για την ομαλή λειτουργία τόσο της εταιρίας όσο και του προσωπικού. Ωστόσο, θα πραγματοποιηθούν μικρής έκτασης έργα ανακατασκευής στις εσωτερικές εγκαταστάσεις αξίας περί των χιλίων ευρώ (αναφέρεται στα έξοδα ανάπτυξης).

Έτσι, κρίθηκε σκόπιμο να δαπανηθεί το εισερχόμενο κεφάλαιο στην προς σύσταση εταιρία για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της και μελλοντικά, ανάλογα με την αύξηση του μεγέθους της, υπάρχει η σκέψη μεταφοράς της έδρας σε νέα ιδιόκτητη. Επιπλέον, η συγκεκριμένη περιοχή, όπου θα στεγαστούν οι εγκαταστάσεις, βρίσκεται σε κεντρικό σημείο των Αθηνών, διευκολύνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την προσέγγιση της εταιρίας.

Όσον αφορά το κομμάτι της παραγωγής και συναρμολόγησης των τηλεοπτικών δεκτών, θα πραγματοποιείται στην έδρα των εγκαταστάσεων της εταιρίας Samsung Electronics Hellas, που βρίσκεται επίσης στην Αθήνα και πιο συγκεκριμένα στο Χαλάνδρι. (Samsung Greece, 2012)

7.3 Προσωπικό

Θα υπάρξει πρόσληψη προσωπικού 15 ατόμων, και κυρίως προγραμματιστών και τεχνικών που να διαθέτουν εξειδίκευση στην κατασκευή, συντήρηση και υποστήριξη πλατφορμών. Το συγκεκριμένο προσωπικό θα επωμιστεί και τη δημιουργία και ανανέωση της εταιρικής ιστοσελίδας. Σε περίπτωση που απαιτείται μεγαλύτερος αριθμός προγραμματιστών ή τεχνικών, τότε θα εξεταστεί η περίπτωση νέων προσλήψεων με ικανούς επαγγελματίες, οι οποίοι θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν από την εταιρία.

7.4 Παραγωγή και αποθέματα

Η διαδικασία παραγωγής στο κομμάτι της νέας προσφερόμενης υπηρεσίας, αφορά τη δημιουργία και τη μετέπειτα υποστήριξη της διαδραστικής πλατφόρμας από τους προγραμματιστές - διαχειριστές και τους τεχνικούς. Σε περίπτωση νέων εφαρμογών, θα γίνεται πιλοτικός έλεγχος της λειτουργίας τους στην πλατφόρμα, προτού εισαχθούν σε νέο πακέτο υπηρεσιών.

Όσον αφορά το κομμάτι των τηλεοπτικών δεκτών, αυτό αφορά τη συναρμολόγηση των εξαρτημάτων και έπειτα τον απαραίτητο τεχνικό και ποιοτικό έλεγχο, προκειμένου το προϊόν να είναι άρτια κατασκευασμένο και λειτουργικό. Επόμενος σταθμός στην γραμμή παραγωγής είναι το συσκευαστήριο, όπου οι έτοιμες και ελεγμένες τηλεοπτικές συσκευές μπαίνουν σε πλαστικές θήκες και διανέμονται στα σημεία πώλησης μέσω φορτηγών οχημάτων. Φυσικά, θα υπάρχει και ένας σημαντικός αριθμός αποθεμάτων σε αποθηκευτικούς χώρους, που θα είναι έτοιμα να διανεμηθούν στα σημεία πώλησης, σε περίπτωση αυξημένης ζήτησης του προϊόντος.

7.5 Πρόβλεψη μηνιαίων εξόδων λειτουργιών

Όπως αναφέρθηκε και στα έξοδα ανάπτυξης (υποενότητα 5.3), το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης μέχρι την αρχική διάθεση της νέας υπηρεσίας είναι οχτώ μήνες, οπότε τα έξοδα ανάπτυξης αφορούν τα κόστη εκείνα που θα δαπανηθούν σε αυτό το χρονικό διάστημα μέχρι την αρχική εισροή συνδρομών από τις πρώτες πωλήσεις.

Στη συγκεκριμένη υποενότητα αναλύονται τα έξοδα λειτουργιών, που πρόκειται να προκύψουν από τη λειτουργία της εταιρίας, έπειτα από το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης των οχτώ μηνών που έχει τεθεί. Αυτά περιλαμβάνουν πέρα από τα πάγια λειτουργικά έξοδα, όπως η αμοιβή του προσωπικού, η καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και η ηλεκτροδότησή τους, και έξοδα που έχουν να κάνουν με το ετήσιο διοικητικό τέλος προς την ΕΕΤΤ, τα μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου από τον ΟΤΕ, τα τέλη διέλευσης και χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης, τις διαφημιστικές δαπάνες, όπως τηλεοπτική και έντυπη διαφήμιση, το κόστος ασφάλισης εξοπλισμού και προσωπικού και φορολογικές υποχρεώσεις, που πρόκειται να προκύψουν με βάση τις πωλήσεις της εταιρίας. Στην προκειμένη περίπτωση, οι φορολογικές δαπάνες θα υπολογιστούν με βάση τη μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων (υποενότητα 4.10) και το χειρότερο σενάριο των επτά χιλιάδων συνδρομών.

Στην ενότητα 5 του Παραρτήματος Β, ο πίνακας παρουσιάζει τα μηνιαία έξοδα λειτουργιών που ενδεχομένως θα πραγματοποιηθούν, χωρίς να περιλαμβάνεται η ενδεχόμενη αναβάθμιση της πλατφόρμας ή η δημιουργία ιδιόκτητου δικτύου, διότι πρόκειται για επενδυτικές κινήσεις ανάπτυξης της εταιρίας. Αξίζει να σημειωθεί πως στη συγκεκριμένη πρόβλεψη δε συμπεριλαμβάνεται ο φόρος εισοδήματος, διότι η συγκεκριμένη δαπάνη προκύπτει με βάση τα καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) προ φόρων.

Αξίζει να σημειωθεί πως, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΕΤΤ, οι εταιρίες που λειτουργούν υπό καθεστώς Γενικών Αδειών και παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, επιβάλλεται να καταβάλλουν ετήσιο διοικητικό τέλος, υπολογιζόμενο ως ποσοστό επί των συνολικών ακαθάριστων εσόδων. Στη χειρίστη περίπτωση των επτά χιλιάδων συνδρομών που εξετάζεται, τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις ανέρχονται στα 749 χιλιάδες ευρώ. Ο συντελεστής για το συγκεκριμένο ποσό είναι 0,0025, οπότε το ετήσιο

διοικητικό τέλος που πρέπει να καταβληθεί στην ΕΕΤΤ ανέρχεται στα 1.872,5 ευρώ. (ΕΕΤΤ, 2008)

Με βάση την απόφαση της ΕΕΤΤ (2009) περί του «Κανονισμού Καθορισμού των Τελών Διέλευσης, των Τελών Χρήσης Δικαιωμάτων Διέλευσης και του Ύψους των Εγγυήσεων Καλής Εκτέλεσης των Εργασιών Διέλευσης για όλη την Ελλάδα, κατ' εφαρμογή του άρθρου 29, παρ. 6, του ν. 3431/2006», στην παράγραφο 7 του άρθρου 4 περί «Γενικών Αρχών» αναφέρεται πως «για τους παρόχους δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών οι οποίοι ζητούν την παραχώρηση δικαιώματος διέλευσης από κοινού με άλλους παρόχους, τα Τέλη Διέλευσης και τα Τέλη Χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης υπολογίζονται σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα 5 και 6 του παρόντος μειωμένα κατά 25% επί των με τον παρόντα κανονισμό καθοριζόμενων τελών, και ανεξάρτητα από τον αριθμό των παρόχων που θα χρησιμοποιήσουν από κοινού τα εν λόγω δικαιώματα διέλευσης.» (ΕΕΤΤ, 2009: 1, 4)

Επιπλέον, με βάση την παράγραφο 1 και 2 του άρθρου 5 περί «Υπολογισμού Τελών Διέλευσης», αναφέρεται πως «το εφάπαξ τέλος διέλευσης ανέρχεται σε τετρακόσια έξι ευρώ (€) και ενενήντα πέντε λεπτά (406,95 €) ανά χιλιόμετρο διέλευσης τομής» και «τα Τέλη Διέλευσης έχουν μηδενικό ύψος (μηδέν (0) Ευρώ) στις παρακάτω περιπτώσεις:» (ΕΕΤΤ, 2009: 4, 5)

1. «Διέλευσης από χώρους που ανήκουν σε Δήμους (συνολικού πληθυσμού, σύμφωνα με την τελευταία απογραφή) κάτω των 5.000 κατοίκων και σε Τοπικά Διαμερίσματα συνολικού πληθυσμού κάτω των 1.000 κατοίκων.» (ΕΕΤΤ, 2009: 5)
2. «Διέλευσης σε περιοχές εκτός σχεδίου πόλεως.» (ΕΕΤΤ, 2009: 5)
3. «Διέλευσης μέσω εναέριων δικτύων και συναφών ευκολιών (όπως κυτία, στύλους).» (ΕΕΤΤ, 2009: 5)
4. «Διέλευσης μέσω υποθαλάσσιων δικτύων.» (ΕΕΤΤ, 2009: 5)
5. «Πραγματοποίησης έργων συντήρησης, άρσης βλαβών, αναβάθμισης δικτύου και συνδέσεων τελικών χρηστών οι οποίοι βρίσκονται σε απόσταση έως διακόσια (200) μέτρα από την όδευση του υφιστάμενου δημοσίου δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών.» (ΕΕΤΤ, 2009: 5)

6. «Πραγματοποίησης εργασιών εκσκαφής για την επέκταση υφιστάμενων υποδομών ή για τη διασύνδεση υφιστάμενων δικτύων για αποστάσεις μέχρι διακόσια (200) μέτρα.» (EETT, 2009: 5)
7. «Εγκατάστασης φρεατίων τα οποία εξυπηρετούν καμπίνες (εισαγωγή / εξαγωγή αγωγών και / ή καλωδίων σε αυτές) και βρίσκονται στην εγγύς ζώνη αυτών των καμπινών. Στη συγκεκριμένη περίπτωση το ζεύγος φρεάτιο - εξυπηρετούμενη καμπίνα θεωρείται ως μία ευκολία και όχι δύο.» (EETT, 2009: 5)

Με βάση τα παραπάνω και αν υποθεθεί πως η εταιρία θα παρέχει κάλυψη για 70 χιλιόμετρα διέλευσης τομής, αφού η διέλευση θα γίνεται κυρίως μέσω εναέριων δικτύων όπου το τέλος είναι μηδενικό, συμπεραίνεται πως το τέλος διέλευσης που θα πρέπει να καταβληθεί είναι της τάξεως των 21.365 ευρώ ανά έτος.

Επιπλέον, σύμφωνα με την ίδια απόφαση της EETT (2009), στην παράγραφο 1 του άρθρου 6 αναφέρεται πως «τα τέλη χρήσης διέλευσης υπολογίζονται με βάση τα χιλιόμετρα όδευσης ως Μοναδιαίο ετήσιο τέλος [σε € ανά χιλιόμετρο ανά έτος] = (Μέσος Αντικειμενικός Προσδιορισμός Αξιών Ακινήτων (ΑΠΑΑ) Τοπικού Διαμερίσματος ή Δήμου [σε € / μ² / έτος] * 0,175)». (EETT, 2009: 5) Όσον αφορά την πιθανότητα μηδενικού κόστους των τελών χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης, αυτή ορίζεται με βάση τις περιπτώσεις που ισχύουν και στα τέλη διέλευσης. (EETT, 2009: 6)

Έτσι, αν υποθεθεί πως η εταιρία θα παρέχει κάλυψη για 70 χιλιόμετρα διέλευσης τομής, αφού η διέλευση θα γίνεται κυρίως μέσω εναέριων δικτύων όπου το τέλος είναι μηδενικό, και ο Μέσος Αντικειμενικός Προσδιορισμός Αξιών Ακινήτων ανέρχεται στα 750 ευρώ, συμπεραίνεται πως το τέλος χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης που θα πρέπει να καταβληθεί είναι της τάξεως των 6.890 ευρώ ανά έτος.

Τέλος, σε ότι αφορά τα μηνιαία τέλη μίσθωσης που θα καταβάλλει η εταιρία Digital Tech προς τον ΟΤΕ, εκτιμώνται ότι θα ανέρχονται στο ποσό των έντεκα χιλιάδων ευρώ. (ΟΤΕ Wholesale, 2011: 1)

Με βάση την πρόβλεψη των μηνιαίων εξόδων λειτουργιών της εταιρίας, συμπεραίνεται πως τα έξοδα λειτουργίας για ένα οικονομικό έτος προβλέπεται να ανέλθουν περίπου στο ποσό των 2.642.753,5 ευρώ. Φυσικά, στο συγκεκριμένο ποσό περιλαμβάνονται διαφημιστικές δαπάνες και αμοιβές εξωτερικών συνεργατών για όλο το οικονομικό έτος, πέραν των τριών μηνών που έχει αρχικά εκτιμηθεί. Αυτό κρίνεται σκόπιμο να συμβεί, προκειμένου να υπολογιστεί η χείριστη περίπτωση δαπανών λειτουργίας, παρόλο που από το συγκεκριμένο ποσό μπορούν είτε να μειωθούν σταδιακά οι αμοιβές των εξωτερικών συμβούλων και οι διαφημιστικές δαπάνες είτε να προστεθούν επιπλέον φορολογικές δαπάνες ανάλογα με την αύξηση των πωλήσεων.

7.6 Νομικό περιβάλλον που αφορά τη σύσταση της εταιρίας

Για τη σύσταση της εταιρίας Digital Tech απαιτείται μια σειρά γραφειοκρατικών κινήσεων, προκειμένου να μην τεθεί η λειτουργία της σε κίνδυνο. Οι γραφειοκρατικές αυτές διαδικασίες, που θα πρέπει να ακολουθηθούν, αφορούν τις εξής παραμέτρους: (Μπεντης, 2009: 8)

- ✓ Απόδειξη μέσω συμβολαίου ότι η έδρα είναι μισθωμένη.
- ✓ Βεβαίωση για το δικαίωμα χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου «Digital Tech A.E.», η οποία εκδίδεται από το οικείο Επιμελητήριο.
- ✓ Εκπόνηση καταστατικού σύστασης μέσω συμβολαιογράφου, το οποίο θα κατατεθεί για θεώρηση από την αρμόδια Δ.Ο.Υ., το Ταμείο Νομικών, το Ταμείο Πρόνοιας Νομικών, προκειμένου να καταχωρηθεί στα βιβλία εταιριών και να θεωρηθεί από το Πρωτοδικείο Αθηνών.
- ✓ Βεβαίωση έναρξης δραστηριότητας και απόδοσης αριθμού φορολογικού μητρώου.
- ✓ Εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο, από όπου εκδίδεται το πιστοποιητικό εγγραφής και καταβολής των ετήσιων εισφορών.
- ✓ Κατάθεση περίληψης του καταστατικού για δημοσίευση στο Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως.
- ✓ Ασφάλιση στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελευθέρων Επαγγελματιών.
- ✓ Θεώρηση βιβλίων και στοιχείων της εταιρίας.
- ✓ Έκδοση άδειας λειτουργίας.

7.7 Πολιτική πιστώσεων

Όσον αφορά τη παροχή υπηρεσιών από πλευράς Digital Tech, η πολιτική των πιστώσεων θα είναι δεδομένη. Πιο συγκεκριμένα, η νέα υπηρεσία θα διατίθεται μέσω μηνιαίας συνδρομής την οποία ο εκάστοτε συνδρομητής θα πρέπει να καταβάλλει στα καταστήματα λιανικής πώλησης Πλαίσιο. Σε περίπτωση μη έγκαιρης καταβολής των συνδρομών, θα υπάρχει τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να καταβληθεί η συνδρομή εντός δεκαπέντε ημερών, ειδάλλως η παροχή της νέας υπηρεσίας θα διακόπτεται.

Από την πλευρά της εταιρίας Samsung Electronics Hellas, η πώληση των τηλεοπτικών δεκτών θα γίνεται έναντι καταβολής μετρητών – για όσους το επιθυμούν - ή μηνιαίων δόσεων για συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Σε περίπτωση μη έγκαιρης καταβολής των μηνιαίων δόσεων, θα υπάρχει τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη, προκειμένου να καταβληθεί η δόση εντός είκοσι ημερών, ειδάλλως θα αποστέλλεται εξώδικο προειδοποίησης πληρωμής υπογεγραμμένο από δικηγόρο.

8. Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός

8.1 Κεφάλαιο εκκίνησης και προσδιορισμός νεκρού σημείου (*Break Even Analysis*)

Όπως συμπεραίνεται και από τη μετοχική σύνθεση (υποενότητα 6.2), το αρχικό κεφάλαιο εκκίνησης θα είναι είκοσι εκατομμύρια ευρώ. Το κεφάλαιο εκκίνησης έχει υπολογιστεί με βάση τα προβλεπόμενα έξοδα ανάπτυξης (υποενότητα 5.3), από το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης μέχρι την πρώτη διάθεση της νέας υπηρεσίας στην αγορά, και τα μηνιαία έξοδα λειτουργιών (υποενότητα 7.5) της εταιρίας, που αναλύθηκαν λεπτομερώς παραπάνω.

Το νεκρό σημείο είναι εκείνο το ποσό των πωλήσεων, με το οποίο μια εταιρία καλύπτει τα σταθερά και τα μεταβλητά της έξοδα, χωρίς να πραγματοποιεί κέρδος ή ζημία. Τα σταθερά έξοδα αφορούν τις πάγιες δαπάνες της επιχείρησης και είναι ανεξάρτητα από το ύψος των πωλήσεων, ενώ τα μεταβλητά έξοδα είναι ανάλογα του ύψους των πωλήσεων. (Wikipedia, χ.χ.)

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, μεταβλητά έξοδα μπορεί να είναι οι υπερωρίες του προσωπικού ή η αύξησή του ανάλογα με την αύξηση της παραγωγής και οι επιπλέον διαφημιστικές δαπάνες για την καλύτερη προώθηση της νέας υπηρεσίας. Το νεκρό σημείο μπορεί να προσδιοριστεί βάση το μαθηματικό τύπο: (Biztree Inc., 2012)

$$\text{Ποσό πωλήσεων} = \text{Σταθερά κόστη} / (1 - \text{Μεταβλητά κόστη}),$$

όπου το ποσό των πωλήσεων και τα σταθερά κόστη εκφράζονται σε εκατομμύρια ευρώ, ενώ τα μεταβλητά εκφράζονται ως ποσοστό επί του συνολικού ποσού πωλήσεων.

Πιο συγκεκριμένα, εκτιμάται πως τα έξοδα λειτουργίας, που αποτελούν τα σταθερά κόστη, για ένα οικονομικό έτος προβλέπεται να ανέλθουν στο ποσό των 2.642.753,5 ευρώ (υποενότητα 7.5), υπολογίζοντας τη χειρίστη περίπτωση όπου πραγματοποιείται

διαφημιστική εκστρατεία και αμείβονται οι εξωτερικοί συνεργάτες για ολόκληρο το οικονομικό έτος. Όπως έχει εκτιμηθεί, το σταθερό κόστος ανά 20 ευρώ μηνιαίας συνδρομής μπορεί να είναι 15 ευρώ και το περιθώριο κέρδους πέντε ευρώ. Αν υπάρξει ανάγκη υπερωρίας, λόγω αύξησης της παραγωγής ή για καλύτερη τεχνική υποστήριξη των πελατών, ή αύξηση της διαφημιστικής δαπάνης, τότε αυτομάτως θα υπάρξει μεταβολή. Αν, λοιπόν, θεωρηθεί πως το κόστος ανά μονάδα αυξηθεί κατά 3 ευρώ, τότε το μεταβλητό κόστος θα αντικατοπτρίζεται σε ένα ποσοστό της τάξεως του 15 %. Με βάση τον παραπάνω μαθηματικό τύπο, έχουμε:

$$\text{Ποσό πωλήσεων} = 2.642.753,5 / (1 - 15 \%) = 3.109.122 \text{ ευρώ περίπου,}$$

δηλαδή το συνολικό ποσό από τις πωλήσεις που θα πρέπει να συγκεντρωθεί ανά έτος προκειμένου να υπάρξει νεκρό σημείο είναι περίπου 3.109.122 ευρώ. Άρα, ο αριθμός των συνδρομητών που θα πρέπει να προσεγγίσει η εταιρία είναι:

$$3.109.122 / (20 * 12) = 12.955 \text{ συνδρομητές περίπου,}$$

όπου 20 είναι το ποσό σε ευρώ της μηνιαίας συνδρομής και 12 οι μήνες συνδρομών σε ένα έτος. Αξίζει να σημειωθεί πως πάνω από το νεκρό σημείο παρουσιάζονται κέρδη, ενώ κάτω από αυτό ζημίες.

8.2 Ισολογισμός (*Balance sheet*)

Στην ενότητα 6 του Παραρτήματος Β, παρατίθενται αναλυτικά οι προβλέψεις των στοιχείων του ισολογισμού. Αναφέρεται πως έχει παρθεί ως βάση το χειρότερο σενάριο των 7 χιλιάδων πωλήσεων - συνδρομών σε ένα οικονομικό έτος με βάση τη μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων. (Τζουβελέκας, 2007)

Όσον αφορά τον υπολογισμό του τακτικού αποθεματικού και του φόρου εισοδήματος, τα ποσά υπολογίζονται με βάση τα καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) ως εξής: (Γεωργουλόπουλος, χ.χ.)

	Καθαρά αποτελέσματα χρήσεως			A1
Μείον	Ζημιές προηγούμενων χρήσεων προς κάλυψη			0
Μείον	Διαφορές φορολογικού ελέγχου προηγούμενων χρήσεων			0
	Υπόλοιπο κερδών			<u>A2</u>
Μείον	Φόρος εισοδήματος 25 %	A2	25 %	$A2 * 25 \% = A3$
	Υπόλοιπο κερδών			$A2 - A3 = A4$
Μείον	Τακτικό αποθεματικό με συντελεστή 5 %	A4	5 %	$A4 * 5 \% = \underline{A5}$
	Υπόλοιπο κερδών			$A4 - A5 = \underline{A6}$

Στην περίπτωση των 7 χιλιάδων πωλήσεων, η εταιρία εμφανίζει ζημιές της τάξεως των 68.088 ευρώ, οπότε λόγω της αρνητικής τιμής γίνεται σαφές πως δεν καταβάλλει φόρο εισοδήματος, καθώς η συγκεκριμένη δαπάνη προκύπτει με βάση τα καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) προ φόρων της εταιρίας.

«Το Ε.Γ.Α.Σ. (Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο, παρ. 2.2.812) ορίζει ότι το υπόλοιπο του λογαριασμού 42.00 «υπόλοιπο κερδών εις νέο», το οποίο εμφανίζει το αδιάθετο ποσό κερδών προηγούμενων χρήσεων, μεταφέρεται, στο τέλος της χρήσης, στο λογαριασμό 88.02 «αποτελέσματα προς διάθεση / υπόλοιπο κερδών προηγούμενης χρήσης», προστίθεται στα κέρδη της κλειόμενης χρήσης και υπόκειται σε διάθεση και συνεπώς συνάγεται ότι το Ε.Γ.Α.Σ., επιβάλει το λογιστικό συμψηφισμό της ζημίας της κλειόμενης χρήσεως με το αδιάθετο ποσό κερδών των προηγούμενων χρήσεων, που εμφανίζονται στο λογαριασμό 42.00 «υπόλοιπο κερδών εις νέο». (Βενέτης, χ.χ.: 2) Κατά συνέπεια, όσον αφορά το υπόλοιπο κερδών εις νέο, δικαιολογείται η μηδενική τιμή, καθώς δεν υπάρχει προηγούμενη χρήση.

8.3 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως (*Income statement*)

Στην ενότητα 7 του Παραρτήματος Β, παρατίθενται αναλυτικά οι προβλέψεις της κατάστασης των αποτελεσμάτων χρήσης. Αναφέρεται πως έχει παρθεί ως βάση το χειρότερο σενάριο των 7 χιλιάδων πωλήσεων - συνδρομών σε ένα οικονομικό έτος. (Τζουβελέκας, 2007)

Όσον αφορά τις προβλέψεις που πραγματοποιούνται, στο σημείο που αναφέρεται σε άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως, υπολογίζονται έσοδα από εξακόσιες πωλήσεις για 2 επιπλέον μήνες, στην περίπτωση που υπάρξουν περισσότεροι συνδρομητές τους πρώτους εννιά μήνες από την αναμενόμενη μηνιαία πρόβλεψη. Το συγκεκριμένο σενάριο είναι ρεαλιστικό, καθώς θα έχει ήδη ενεργοποιηθεί η διαφημιστική καμπάνια της νέας υπηρεσίας, με σκοπό την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη προσέλκυση συνδρομητών από την αρχή κυκλοφορίας του προϊόντος.

Με βάση την υποενότητα 7.5, έχει παρθεί ως χείριστο σενάριο να πραγματοποιηθεί διαφημιστική καμπάνια και να πληρωθούν εξωτερικοί συνεργάτες για όλο το οικονομικό έτος. Όμως, στο σημείο των εξόδων λειτουργίας στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως, λαμβάνεται υπόψη να πραγματοποιηθεί διαφημιστική καμπάνια και να αμειφθούν οι εξωτερικοί συνεργάτες για τρεις μήνες, που είναι το αναμενόμενο και ρεαλιστικότερο σενάριο. Επομένως, τα μηνιαία πάγια έξοδα λειτουργίας (αμοιβή προσωπικού, καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και ηλεκτροδότησή τους, μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου από τον ΟΤΕ) ανέρχονται στις 26 χιλιάδες ευρώ. Κατά συνέπεια, τα έξοδα λειτουργίας για όλο το οικονομικό έτος 2013 (χωρίς να συμπεριλαμβάνονται οι υποχρεώσεις της εταιρίας) υπολογίζονται ως εξής:

$$\begin{aligned} \text{Ετήσια έξοδα λειτουργίας 2013} &= (\text{Μηνιαία πάγια έξοδα λειτουργίας} * 12 \text{ μήνες}) + \text{Αμοιβές} \\ &\text{εξωτερικών συνεργατών για 3 μήνες} + \text{Διαφημιστικές δαπάνες για 3 μήνες} = (26.000 * 12) + \\ &3.000 + 526.088 = 841.088 \text{ ευρώ.} \end{aligned}$$

Στο σημείο έκτακτα και ανόργανα έξοδα και προβλέψεις για έκτακτους κινδύνους, έχει ληφθεί υπόψη να μην υπάρξουν φορολογικά πρόστιμα ή προσαυξήσεις εισφορών στα ασφαλιστικά ταμεία, δικαιολογώντας τη μηδενική τιμή. (Specisoft, χ.χ.)

Όσον αφορά το σημείο του συνόλου των αποσβέσεων πάγιων στοιχείων και εκείνων που είναι ενσωματωμένες στο λειτουργικό κόστος, αξίζει να αναφερθεί πως: (Τσιμπούκης, χ.χ.: 2)

«Για να αναγνωρισθεί η απόσβεση ως εκπεστέο από τα έσοδα έξοδο πρέπει:

- το περιουσιακό στοιχείο να ανήκει κατά κυριότητα στην επιχείρηση,
- να χρησιμοποιείται από την επιχείρηση,
- οι αποσβέσεις να έχουν υπολογιστεί με βάση την ισχύουσα νομοθεσία και το ποσό των αποσβέσεων να έχει καταχωρηθεί στα βιβλία της επιχείρησης.» (Τσιμπούκης, χ.χ.: 2)

«Σύμφωνα με το Ε.Γ.Λ.Σ. ακολουθείται ο έμμεσος τρόπος απόσβεσης των πάγιων στοιχείων και των εξόδων εγκατάστασης. Οι αποσβέσεις που διενεργούνται για κάθε λογιστική χρήση καταλογίζονται σ' αυτή, με χρέωση του λογαριασμού 66 "αποσβέσεις πάγιων στοιχείων ενσωματωμένες στο λειτουργικό κόστος" και με πίστωση των από το σχέδιο προβλεπόμενων αντίθετων λογαριασμών 10.99, 11.99, 12.99, 13.99, 14.99 και 16.99.» (Τσιμπούκης, χ.χ.: 2) Με βάση τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως το σύνολο των αποσβέσεων των πάγιων στοιχείων της εταιρίας είναι ενσωματωμένο στο λειτουργικό κόστος, δικαιολογώντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, τη μηδενική τιμή.

8.4 Ανάλυση χρηματοροών (Cash flow)

Στην ενότητα 8 του Παραρτήματος Β, παρατίθενται αναλυτικά οι προβλέψεις της ανάλυσης των χρηματοροών. Αναφέρεται πως έχει παρθεί ως αρχή το χειρότερο σενάριο των 7 χιλιάδων πωλήσεων - συνδρομών σε ένα οικονομικό έτος, με βάση τη μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων. (Τζουβελέκας, 2007)

Αξίζει να αναφερθεί πως το μετοχικό κεφάλαιο εκκίνησης είναι τα είκοσι εκατομμύρια ευρώ και τα έξοδα ανάπτυξης για τους πρώτους οχτώ μήνες είναι 2.180.300 ευρώ (υποενότητα 5.3). Οπότε, γίνεται αντιληπτό πως το υπολειπόμενο κεφάλαιο των 17.819.700 ευρώ, αποτελεί το κεφάλαιο κίνησης της εταιρίας για κάλυψη των λειτουργιών της, οι οποίες θα υφίστανται μετά το πέρας του οχταμήνου. Επιπλέον, λαμβάνεται υπόψη πως θα πραγματοποιηθούν διαφημιστικές δαπάνες και θα αμειφθούν οι εξωτερικοί συνεργάτες για τρεις μήνες, που είναι το ρεαλιστικότερο σενάριο.

9. Προσφορά για χρηματοδότηση της επένδυσης από υποψήφιους επενδυτές και αναφορά περίπτωσης εθελουσίας εξόδου

Το συγκεκριμένο πλάνο αξιοποίησης έχει σκοπό την προσέλκυση υποψήφιων επενδυτών, οι οποίοι θέλουν να εισέλθουν επενδυτικά στον ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, μέσω της ψηφιακής και διαδικτυακής τεχνολογίας. Η ψηφιακή τεχνολογία πρόκειται να κυριαρχήσει στην Ελλάδα μελλοντικά, με βάση τα διεθνή πρότυπα που επιβάλλονται, δημιουργώντας έτσι περιθώρια νέων εσόδων. Άλλωστε, η επένδυση συνδέεται άμεσα με το μεγαλύτερο μερίδιο της αξίας της αγοράς, το οποίο κατέχουν οι τηλεπικοινωνίες.

Όπως συμπεραίνεται και από τη μετοχική σύνθεση (υποενότητα 6.2), το αρχικό κεφάλαιο εκκίνησης θα είναι είκοσι εκατομμύρια ευρώ, με την ομάδα των ιδρυτών να επενδύει τα οχτώ εκατομμύρια ευρώ, χωρίς να υπάρχει η πρόθεση τραπεζικού δανείου. Κατά συνέπεια, τα υπόλοιπα δώδεκα εκατομμύρια ευρώ θα διατεθούν σε μετοχές προς τους ενδιαφερόμενους επενδυτές.

Με βάση την ανάλυση των εξόδων ανάπτυξης για το πρώτο οχτάμηνο, που εκτιμάται ότι θα ανέλθουν στα 2.180.300 ευρώ (υποενότητα 5.3), και των ετήσιων εξόδων λειτουργίας, που προβλέπεται να ανέλθουν στα 2.642.753,5 ευρώ (υποενότητα 7.5), γίνεται αντιληπτό πως με το απαιτούμενο κεφάλαιο εκκίνησης η εταιρία έχει τη δυνατότητα λειτουργίας για τρία έτη, ακόμα και αν δεν έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα στις πωλήσεις. Φυσικά, αυτό δεν αποτελεί ελαφρυντικό σε περίπτωση μη επίτευξης των στόχων από το πρώτο έτος λειτουργίας, καθώς θα καταβληθεί συντεταγμένη και επίμονη προσπάθεια για την επιτυχία του εγχειρήματος.

Όσον αφορά τον αντίκτυπο από τη συγκεκριμένη επένδυση, τα κέρδη και τα οφέλη αναμένεται να είναι τεράστια, καθώς η διείσδυση στην εγχώρια αγορά και η ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού σε μία καινοτόμο υπηρεσία προστιθέμενης αξίας πρόκειται να δημιουργήσει μεγάλο αριθμό πωλήσεων συνδρομών, ο οποίος και θα αυξάνεται με την πάροδο του χρόνου. Στόχος είναι να αυξηθεί η καθαρή θέση της εταιρίας στην επόμενη

πενταετία, κάτι που θα δώσει απόδοση στα κεφάλαια των επενδυτών. Επιπλέον, με στοχευμένες κινήσεις σε επίπεδο κόστους, θα επιτευχθεί και η βιωσιμότητα της επένδυσης. Επομένως, η ανάδραση του εγχειρήματος προς τους επενδυτές θα γίνεται μέσω των κερδών από τις πωλήσεις της νέας υπηρεσίας, ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής που κατέχει ο εκάστοτε επενδυτής στο μετοχικό κεφάλαιο. Η μερισματική πολιτική θα διαμορφωθεί, σε περίπτωση κερδοφορίας, σύμφωνα με τις ταμειακές και επενδυτικές ανάγκες της εταιρίας.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως το κεφάλαιο που πρόκειται να επενδύσει ο εκάστοτε υποψήφιος επενδυτής, δεν επιστρέφεται σε περίπτωση που επιθυμεί να αποχωρήσει από το μετοχικό σχήμα. Μοναδική περίπτωση εξόδου από τη μετοχική σύνθεση της εταιρίας είναι η πώληση του μεριδίου των μετοχών του σε κάποιον άλλο υποψήφιο επενδυτή, αφού έχει πρώτα αξιολογηθεί και εγκριθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Τελική βιβλιογραφία προερχόμενη από το διαδίκτυο:

- BEREC (2012). *Welcome*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://erg.eu.int/> [πρόσβαση 30-11-2011].
- Biztree Inc. (2012). *Business-in-a-box*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.biztree.com/download/> [πρόσβαση 15-11-2011].
- ITU (2008). *About ITU*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.itu.int/en/about/Pages/default.aspx> [πρόσβαση 01-12-2011].
- Palo Alto Software (2012). Everything you need for a winning plan, *Business Plan Pro*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.paloalto.com/business_plan_software/features/everything_you_need [πρόσβαση 15-11-2011].
- Palo Alto Software (2012). Business Plan Pro, *Business Plan Software*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.bplans.com/business_plan_software/ [πρόσβαση 15-11-2011].
- Wikipedia (2011). *On Telecoms*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/On_Telecoms [πρόσβαση 16-01-2012].
- Wikipedia (2011). *European Telecommunications Standards Institute*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/European_Telecommunications_Standards_Institute [πρόσβαση 25-12-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Business plan*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/Business_plan [πρόσβαση 23-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Digital television*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_television [πρόσβαση 21-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Digital Video Broadcasting*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Video_Broadcasting [πρόσβαση 21-11-2011].

- Wikipedia (χ.χ.). *DVB-T*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://en.wikipedia.org/wiki/DVB-T> [πρόσβαση 22-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *IPTV*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://en.wikipedia.org/wiki/IPTV> [πρόσβαση 25-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Interactive television*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://en.wikipedia.org/wiki/Interactive_television [πρόσβαση 25-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Asymmetric digital subscriber line*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://en.wikipedia.org/wiki/ADSL> [πρόσβαση 25-11-2011].
- Wikipedia (χ.χ.). *Break-even (economics)*. Πηγή από το Διαδίκτυο: [http://en.wikipedia.org/wiki/Break-even_\(economics\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Break-even_(economics)) [πρόσβαση 27-01-2012].

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Τελική βιβλιογραφία προερχόμενη από πρακτικά διάλεξης:

- Ζέρβα, Μ.Β. (2008). Above-the-line (ATL) διαφήμιση, κόστη παραγωγής και εκτύπωσης για εξωτερικές διαφημίσεις και έντυπα, κόστη διαφημιστικής τηλεοπτικής παραγωγής και media planning. *Διάλεξη στα πλαίσια του μαθήματος «Διαφημιστική Εκστρατεία»*. Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing), Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.
- Τζουβελέκας, Ε. (2007). Πίνακες υποδείγματος νέων επενδύσεων και παραρτήματα οικονομοτεχνικής μελέτης. *Διάλεξη στα πλαίσια του μαθήματος «Προγραμματισμός Επενδύσεων»*. Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης (Marketing), Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Τελική βιβλιογραφία προερχόμενη από το διαδίκτυο:

- Βαφειάδης, Π. (2010). Το πρότυπο της επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης DVB-T, *Digital TV Info*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

- http://www.digitalsattv.gr/index.php?option=com_magazine&task=viewArticle&id=1181&Itemid=0 [πρόσβαση 21-11-2011].
- Βενέτης, Β. (χ.χ.). “*Η τύχη*” Του Λογαριασμού 42.00 “*Υπόλοιπο Κερδών Χρήσης Εισ Νέο*”. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.ncap.gr/papers/Logarismos_4200.pdf [πρόσβαση 08-02-2012].
 - Βικιπαιδεία (χ.χ.). *Τηλεόραση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B7> [πρόσβαση 21-11-2011].
 - Γεωργουλόπουλος, Κ. (χ.χ.). Παράδειγμα διάθεσης κερδών και υπολογισμού φόρου εισοδήματος Ανώνυμης Εταιρείας, *Κεντρικός πίνακας AJAX – Λογιστικά, Επισφαλείς απαιτήσεις, Λογιστικός και φορολογικός χειρισμός τους, Power-Tax*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.power-tax.gr/catalognews.asp?catid=2250> [πρόσβαση 08-02-2012].
 - ΕΕΤΤ (2009). *Κανονισμός Καθορισμού των Τελών Διέλευσης, των Τελών Χρήσης Δικαιωμάτων Διέλευσης και του Ύψους των Εγγυήσεων Καλής Εκτέλεσης των Εργασιών Διέλευσης για όλη την Ελλάδα, κατ’ εφαρμογή του άρθρου 29, παρ. 6, του ν. 3431/2006, Απόφαση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.eett.gr/opencms/export/sites/default/admin/downloads/telec/apofaseis_eett/kanonistikes_apofaseis_eett/AP_528_075_2009.pdf [πρόσβαση 27-02-2012].
 - ΕΕΤΤ (2008). *Ποια είναι η ΕΕΤΤ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT/EETT/AboutEETT/> [πρόσβαση 30-11-2011].
 - ΕΕΤΤ (2008). *Αδειοδότηση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT/FAQS/Licensing/index.html#1> [πρόσβαση 25-02-2012].
 - ΕΕΤΤ (2008). *Δήλωση Καταχώρηση για άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπό καθεστώς Γενικής Άδειας*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.eett.gr/opencms/export/sites/default/EETT/Electronic_Communications/Telcoms/Licencing/LicencingDocs/RegistrationForm_140409.doc [πρόσβαση 26-02-2012].

- Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (χ.χ.). Ευρυζωνικότητα για όλους, *Παράθυρο στη γνώση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.broadbandcity.gr/files/3ptyxo_general.pdf [πρόσβαση 15-11-2011].
- Επενδυσopedia (2012). EBITDA, *Λεξικό επενδύσεων και οικονομικών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ependysopedia.gr/ebitda> [πρόσβαση 15-01-2012].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Λήψη εικόνας, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page2.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Τηλέγραφος, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page1.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Μετάδοση, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page3.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Μεταπολεμική εξέλιξη, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page4.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Ελλάδα, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page5.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Έναρξη μεταδόσεων, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page6.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Εργαστήριο Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (2005). Έγχρωμο σήμα, *Η ιστορία της τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://pacific.jour.auth.gr/tv/page7.htm> [πρόσβαση 20-11-2011].
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2011). *Πράσινο Βιβλίο για τη διαδικτυακή διανομή οπτικοακουστικών έργων στην Ευρωπαϊκή Ένωση: ευκαιρίες και προβλήματα στην πορεία προς την ενιαία ψηφιακή αγορά*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green_paper_COM2011_427_el.pdf [πρόσβαση 27-11-2011].

- Καλαμαρά, Λ. (2009). Απασχόληση στον κλάδο Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών - Δημοφιλείς ειδικότητες, *Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας – ΣΕΠΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&la=1&artID=2192> [πρόσβαση 16-11-2011].
- Καλαμαρά, Λ. (2009). Θα αντέξει στην κρίση ο κλάδος Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, σύμφωνα με το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, *Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας – ΣΕΠΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&la=1&artID=2181> [πρόσβαση 18-11-2011].
- Κοντιζά, Ζ. (2008). Ο Τομέας Πληροφορικής & Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα: Αποτελέσματα Έρευνας, *Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.observatory.gr/Files/Meletes/081129_moneyshow_ppt.pdf [πρόσβαση 22-11-2011].
- Μπεντης, Θ. (2009). Σύσταση επιχειρήσεων και γραφειοκρατία, *Κέντρο Μελετών & Έρευνας Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://old.acci.gr/press/keme-bureau.pdf> [πρόσβαση 25-01-2012].
- Μπόθος, Γ. (2009). IPTV: μία υπόθεση με μέλλον ή μία μελλοντική υπόθεση;, *neo2*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.neo2.gr/web/neo2.gr/views/-/asset_publisher/Er0Q/content/iptv:-μια-υποθεση-με-μελλον-η-μια-μελλοντικη-υποθεση [πρόσβαση 26-11-2011].
- Ναυτεμπορική (2011). *Μοχλός εξόδου από την ύφεση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=2075204> [πρόσβαση 16-11-2011].
- Ναυτεμπορική (2011). *Μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης των online παραγγελιών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=1936322> [πρόσβαση 17-11-2011].
- Ναυτεμπορική (2011). *Αντιστέκεται στην κρίση ο κλάδος τεχνολογίας*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=2007698> [πρόσβαση 17-11-2011].
- Ναυτεμπορική (2011). *Τρία νέα έργα 383,5 εκατ. από την Ψηφιακή Σύγκλιση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=2082580> [πρόσβαση 19-11-2011].

- Ναυτεμπορική (2011). *Έργα 670 εκατ. ευρώ «ζεσταίνουν» την πληροφορική*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=2077324> [πρόσβαση 19-11-2011].
- Ναυτεμπορική (2010). *Τα μεγάλα ψηφιακά έργα ίσως «ζελασπώσουν» την εγχώρια αγορά*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=1910136> [πρόσβαση 17-11-2011].
- Νομικός, Α. (2010). Digital Video Broadcast (DVB), *Digital TV Info*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.digitaltvinfo.gr/index.php?option=com_magazine&task=viewArticle&id=927&Itemid=102 [πρόσβαση 21-11-2011].
- ΟΤΕ (2011). Υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, Internet, υπηρεσίες τηλεπικοινωνιακών παρόχων και δορυφορικές επικοινωνίες, *Δραστηριότητες*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/Operations/sta8erh-internet-xondrikh_-_doryforikes_epikoinwnies [πρόσβαση 24-02-2012].
- ΟΤΕ (2011). *Όραμα – Στρατηγική*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/OTEToday/Vision-Strategy> [πρόσβαση 25-11-2011].
- ΟΤΕ (2011). *Ιστορία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/OTEToday/HistoryAtAGlance> [πρόσβαση 02-12-2011].
- ΟΤΕ (2011). *Ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιών μετά την ίδρυση του ΟΤΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/otegr/Filesup/anaptiksitontilepmetatinidrisitouote.pdf> [πρόσβαση 02-12-2011].
- ΟΤΕ (2011). *Ο ΟΤΕ πωλεί τη συμμετοχή του στην Telecom Serbia, Δελτίο Τύπου*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/MediaOffice/PressReleasesAnnouncements/2011_press_releases_announcements_basket/301211_PR%20OTE%20Telecom%20Serbia_EN.doc [πρόσβαση 31-12-2011].
- ΟΤΕ (2011). *Διακρίσεις & Βραβεία ΟΤΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/OTEToday/diakriseis> [πρόσβαση 03-12-2011].

- OTE (2011). *Υποδομή*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/OTEToday/Infrastructure> [πρόσβαση 03-12-2011].
- OTE (2011). *Ετήσιος Απολογισμός 2010*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ote.gr/investor/Uploads/annualreportOTE10grweb.pdf> [πρόσβαση 14-01-2012].
- OTE TV (χ.χ.). *Τιμοκατάλογος OTE TV για οικιακά πακέτα*. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://otetv.ote.gr/portal/page/portal/OTETV/pricelist/housingPackets> [πρόσβαση 23-02-2012].
- OTE Wholesale (2011). *Ο.Κ.ΣΥ.Α. – Ολοκληρωμένη Κεντρική Σύνδεση ADSL, Ευρυζωνικότητα*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.otewholesale.gr/Services/Ευρυζωνικότητα/OKΣΥΑ/tabid/91/language/el-GR/Default.aspx> [πρόσβαση 28-02-2012].
- OTE Wholesale (2011). *Τιμοκατάλογος Υπηρεσίας - Ο.Κ.ΣΥ.Α. (Ολοκληρωμένη Κεντρική Σύνδεση στο Δίκτυο ADSL)*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.otewholesale.gr/Portals/0/OKSYA_Pricelist%20gr.pdf [πρόσβαση 28-02-2012].
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2011). Ο ρυθμός αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης στην Ελλάδα παραμένει από τους υψηλότερους στην Ευρώπη, παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία, *Ενημερωτικό Σημείωμα*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.observatory.gr/files/press_releases/BB_A020511_12th_BB_report.pdf [πρόσβαση 21-11-2011].
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2011). *Τριμηνιαίο Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας για τον τομέα ΤΠΕ, Δ' Τρίμηνο 2010*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.observatory.gr/files/meletes/4th_Trimester_2010_final.pdf [πρόσβαση 24-11-2011].
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2008). *Μελέτη των κλάδων Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών για το 2008 & η χρήση των ΤΠΕ σε σημαντικούς κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα: Κατάσταση και Προοπτικές, Έκθεση χρηματοοικονομικής ανάλυσης τομέα ΤΠΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

- http://www.observatory.gr/files/meletes/0812_ICT2008_PAP3β.pdf [πρόσβαση 23-11-2011].
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2008). *Αρχείο μελετών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.observatory.gr/page/default.asp?la=1&id=2101&pk=420&return=183> [πρόσβαση 23-11-2011].
 - Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας - ΣΕΠΕ (2011). *Στρατηγική επενδύσεων στην ευρυζωνικότητα για την ανάπτυξη της οικονομίας, υποστηρίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&la=1&artID=3831> [πρόσβαση 18-11-2011].
 - Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας – ΣΕΠΕ (2011). *Αποτελέσματα για το 9μηνο του 2011 των εισηγμένων εταιρειών στο ΧΑ, σύμφωνα με την ΒΕΤΑ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ ΑΕΠΕΥ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&la=1&artID=3869> [πρόσβαση 20-11-2011].
 - Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας – ΣΕΠΕ (2011). *Αποτελέσματα για το 9μηνο του 2011 των εισηγμένων εταιρειών στο ΧΑ, σύμφωνα με την ΒΕΤΑ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ ΑΕΠΕΥ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.sepe.gr/files/pdf/ASE_ICTsector_Q1-Q3_2011.pdf [πρόσβαση 20-11-2011].
 - Τσιμπούκης, Σ. (χ.χ.). *Αποσβέσεις παγίων, Ιδρυματικό Καταθετήριο της Βιβλιοθήκης του Ανώτατου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Κρήτης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2007/TsimpoukisStauros/attached-document/Tsimpoukis_staurous.pdf [πρόσβαση 07-02-2012].
 - Φωτεινός, Φ. (2011). *Αποχώρησε από την On Telecoms η οικογένεια Εφραίμογλου, Ισοτιμία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.isotimia.gr/default.asp?pid=24&ct=6&artid=98067> [πρόσβαση 15-01-2012].
 - Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (2011). Forthnet A.E., *Προφίλ εταιριών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ase.gr/content/gr/Companies/ListedCo/Profiles/profile.asp?CID=578> [πρόσβαση 16-01-2012].

- Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (2011). Hellas Online Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες Α.Ε., *Προφίλ εταιριών*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ase.gr/content/gr/Companies/ListedCo/Profiles/profile.asp?CID=865> [πρόσβαση 16-01-2012].
- Digea (χ.χ.). *Ποιοι είμαστε*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://digea.gr/flash/digea.html> [πρόσβαση 23-11-2011].
- Digea (χ.χ.). *Τι είναι η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://digea.gr/flash/digea.html> [πρόσβαση 23-11-2011].
- Digea (χ.χ.). *Συχνές ερωτήσεις*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.digea.gr/index.php?module=content&catid=002005> [πρόσβαση 23-11-2011].
- Dolceta (2011). *IPTV: Ορισμός και εφαρμογές της δικτυακής τηλεόρασης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.dolceta.eu/kypros/Mod6/IPTV-%CE%9F%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9.html> [πρόσβαση 05-02-2012].
- Ebusiness forum (2006). *Ψηφιακή Διαδραστική Τηλεόραση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?language=el&ctn=116&moduleid=-1&label=0> [πρόσβαση 22-11-2011].
- Forthnet (1998). *Ιστορικό*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.forthnet.gr/templates/companyHistory.aspx?c=10012266> [πρόσβαση 06-12-2011].
- Forthnet (1998). *Forthnet και Nova μαζί*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.forthnet.gr/templates/corporateProductsDetails2.aspx?c=10013106> [πρόσβαση 06-12-2011].
- Forthnet (1998). *Ποιοι είμαστε*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.forthnet.gr/templates/sc.aspx?c=195> [πρόσβαση 06-12-2011].
- Greek Digital TV (2011). «Ψηφιακή Ελλάδα: Η επόμενη μέρα της κρίσης», *13^ο Διεθνές Συνέδριο Τηλεπικοινωνιών InfoCom World*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://greekdigitaltv.blogspot.com/2011/10/13-infocom-world_23.html [πρόσβαση 15-11-2011].
- Hellas online (χ.χ.). *Επικοινωνία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.hol.gr/GR/company/contact/Pages/default.aspx> [πρόσβαση 06-12-2011].

- Hellas online (χ.χ.). *Hol my tv*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.hol.gr/GR/home/holmytv/Pages/default.aspx> [πρόσβαση 06-12-2011].
- Hellas online (χ.χ.). *Σημεία πώλησης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.hol.gr/GR/company/identity/pos/Pages/default.aspx> [πρόσβαση 06-12-2011].
- Hellas online (χ.χ.). *Δίκτυο*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.hol.gr/GR/company/identity/network/Pages/default.aspx> [πρόσβαση 06-12-2011].
- LG Electronics Greece (2010). *Τηλεοράσεις*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.lg.com/gr/tv-audio-video/television/index.jsp> [πρόσβαση 10-12-2011].
- On Telecoms (χ.χ.). *ON TV*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.on.gr/el/tv.html> [πρόσβαση 05-12-2011].
- On Telecoms (χ.χ.). *Επικοινωνία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.on.gr/el/contact.html> [πρόσβαση 05-12-2011].
- On Telecoms (χ.χ.). *Εταιρία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.on.gr/el/whyon/corporate.html> [πρόσβαση 05-12-2011].
- On Telecoms (χ.χ.). *Εταιρεία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.on.gr/el/whyon/corporate.html> [πρόσβαση 05-12-2011].
- Samsung Greece (2012). *Επικοινωνία*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.samsung.com/gr/info/contactus.html> [πρόσβαση 19-01-2012].
- Satspot, Τεχνολογία & Επικοινωνίες (2011). *Επίγεια ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.satspot.gr/television/tileorasi-digital-dtv/47-psiifiaki-tileorasi-ellada> [πρόσβαση 23-11-2011].
- Satspot, Τεχνολογία & Επικοινωνίες (2010). *Ψηφιακή τηλεόραση – Συχνές ερωτήσεις (FAQ)*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://satspot.gr/television/digital-tv-faq> [πρόσβαση 22-11-2011].
- Sony Greece (2012). *KDL-55NX720*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sony.gr/product/tv-139-55-lcd/kdl-55nx720> [πρόσβαση 10-12-2011].
- Specisoft (χ.χ.). *Άρθρο: Ο Ισολογισμός της επιχείρησης & η Ερμηνεία των στοιχείων του*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.specisoft.gr/home/news/docs/Arthro_Isologismos_Erminia.pdf [πρόσβαση 07-02-2012].

- Statbank (χ.χ.). *Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ) ΑΕ*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.statbank.gr/companies/balance/9814000/001/1.html> [πρόσβαση 18-01-2012].
- Syskeves (χ.χ.). *Σταδιακή μετάβαση από την αναλογική στη ψηφιακή τηλεόραση*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.syskeves.gr/index.php?s=news&ncid=3&nid=517> [πρόσβαση 22-11-2011].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Ενότητα 1

Υπόδειγμα της Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ για την άσκηση δραστηριοτήτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπό καθεστώς Γενικής Άδειας.



ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΑΣΚΗΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ

<input type="checkbox"/> Έναρξη Δραστηριότητας
<input type="checkbox"/> Προσθήκη Υπηρεσιών
<input type="checkbox"/> Διαγραφή Υπηρεσιών
<input type="checkbox"/> Τροποποίηση Στοιχείων
<input type="checkbox"/> Παύση

<input type="checkbox"/> Παροχή Δημόσιων Δικτύων ή/και Υπηρεσιών
<input type="checkbox"/> Κερδοσκοπικός Χαρακτήρας
<input type="checkbox"/> Εμπορικός Χαρακτήρας
Αριθμός Μητρώου ¹ :

I Νομική Μορφή

Νομικά Πρόσωπα:	<input type="checkbox"/> Ομόρρυθμη Εταιρεία	<input type="checkbox"/> Ετερόρρυθμη Εταιρεία	<input type="checkbox"/> Ανώνυμη Εταιρεία	<input type="checkbox"/> Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
<input type="checkbox"/> Άλλη μορφή Νομικού Προσώπου (περιγράψτε)				
<input type="checkbox"/> Φυσικό Πρόσωπο				

II Στοιχεία Φορέα / Επιχείρησης

¹ Το πεδίο Αριθμός Μητρώου σε περίπτωση έναρξης δραστηριότητας συμπληρώνεται από την Υπηρεσία

Πα Νομικό Πρόσωπο

Όνομα / Επωνυμία	Διακριτικός Τίτλος
_____	_____

Έδρα (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ., Χώρα)	ΑΦΜ _____ ΑΡΜΑΕ (αν υπάρχει) _____ ΔΟΥ _____
_____	_____

Τηλέφωνο	_____	Έναρξη δραστηριότητας:	_____ . _____ . _____
FAX	_____	Τροποποίηση από την:	_____ . _____ . _____
E-mail	_____		
Ιστοπεδίο	_____	Παύση δραστηριότητας	_____ . _____ . _____

Πβ Φυσικό Πρόσωπο

Όνοματεπώνυμο/Όνομα Πατρός	Αριθμός Αστυνομικής Ταυτότητας ή Διαβατηρίου/Χρόνος έκδοσης / Εκδίδουσα αρχή
_____	_____

Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ., Χώρα)	ΑΦΜ _____ ΔΟΥ _____
_____	_____

Τηλέφωνο	_____	Έναρξη δραστηριότητας:	_____ . _____ . _____
FAX	_____	Τροποποίηση από την:	_____ . _____ . _____
E-mail	_____		
Ιστοπεδίο	_____	Λήξη δραστηριότητας	_____ . _____ . _____

III Εκπρόσωπος Επικοινωνίας με την ΕΕΤΤ (Σε περίπτωση μη εγκατάστασης στην Ελλάδα έχει την θέση ορισμού Αντικλήτου στην Ελλάδα)

Επώνυμο	
Όνομα	
Αριθμός Ταυτότητας	
Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	
FAX	
E-mail	

IV Στοιχεία Επικοινωνίας με το κοινό (τα οποία δημοσιεύονται στην Ιστοσελίδα της ΕΕΤΤ):

Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	
FAX	
E-mail	

V Νόμιμος Εκπρόσωπος (Συμπληρώνεται μόνο από Νομικά Πρόσωπα)

Επώνυμο	
Όνομα	
Αριθμός Ταυτότητας	
Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	
FAX	
E-mail	

VI Πρόεδρος ΔΣ (Συμπληρώνεται μόνο από Νομικά Πρόσωπα - Δηλώνονται στοιχεία για επικοινωνία με την ΕΕΤΤ):

Επώνυμο	
Όνομα	
Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	

FAX	
E-mail	

VII Διευθύνων Σύμβουλος (Συμπληρώνεται μόνο από Νομικά Πρόσωπα - Δηλώνονται στοιχεία για επικοινωνία με την ΕΕΤΤ):

Επώνυμο	
Όνομα	
Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	
FAX	
E-mail	

VIII Πληρεξούσιος Φυσικού ή Νομικού Προσώπου (εφόσον η Δήλωση υποβάλλεται από πληρεξούσιο, ο οποίος δεν είναι και Νόμιμος Εκπρόσωπος ή Αντίκλητος):

Επώνυμο	
Όνομα	
Αριθμός Ταυτότητας	
Διεύθυνση (Οδός, Αριθμός, Πόλη, Τ.Κ.)	
Τηλέφωνο	
FAX	
E-mail	

Σημειώστε τις δραστηριότητες για τις οποίες ζητείται
Άδεια

ΟΜΑΔΑ Α. Παροχή Δικτύων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

Α01. Παροχή Σταθερών Δικτύων	A0101	Σταθερό Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο	<input type="checkbox"/>
	A0102	Σταθερά Δίκτυα τηλεμετρίας, τηλεματικής, ραδιοεντοπισμού	<input type="checkbox"/>
	A0103	Δίκτυο Σταθερής Ασύρματης Πρόσβασης	<input type="checkbox"/>
	A0104	Μικροκυματικό Δίκτυο Κορμού	<input type="checkbox"/>
	A0105	Δίκτυο Οπτικών Ινών	<input type="checkbox"/>

		A0106	Εκμίσθωση Οπτικών Ινών (Dark Fiber)		
		A0107	Καλωδιακό Δίκτυο		
		A0108	Δίκτυο μετάδοσης σημάτων επίγειας ψηφιακής ευρυεκπομπής, με χρήση συχνοτήτων για την εκπομπή ραδιοτηλεοπτικού σήματος		
		A0109	Δίκτυο μετάδοσης σημάτων επίγειας αναλογικής ευρυεκπομπής, με χρήση συχνοτήτων για την εκπομπή ραδιοτηλεοπτικού σήματος		
		A0110	Άλλο – Προσδιορίστε		
A02.	Παροχή Δικτύων	Κινητών	A0201	Δίκτυο Κινητής Τηλεφωνίας 2G	
			A0202	Δίκτυο Κινητής Τηλεφωνίας 3G	
			A0203	Δίκτυο TETRA	
			A0204	Ειδικό ραδιοδίκτυο [εξαιρουμένων επιβατηγών αυτοκινήτων δημόσιας χρήσης με μετρητή (ΤΑΞΙ)]	
			A0205	Ειδικό ραδιοδίκτυο για επιβατηγά αυτοκίνητα δημόσιας χρήσης με μετρητή (ΤΑΞΙ)	
			A0206	Κινητά Δίκτυα τηλεμετρίας, τηλεματικής, ραδιοεντοπισμού	
			A0207	Δίκτυο Επικοινωνιών Κινητής Υπηρεσίας άλλης τεχνολογίας - Προσδιορίστε	
A03.	Παροχή Δικτύων	Δορυφορικών	A0301	Δίκτυα σταθερής δορυφορικής υπηρεσίας και δεδομένων	
			A0302	Δίκτυα κινητής δορυφορικής τηλεφωνίας και δεδομένων	
			A0303	Άλλο – Προσδιορίστε	
A04.	Παροχή Δικτύων	Νομαδικών	A0401	Ασύρματα συστήματα πρόσβασης ευρέως καναλιού συμπεριλαμβανομένων των WLAN (Wideband Data Transmission Systems including Radio Local Area Networks (RLANs))	
			A0402	Δίκτυο μεταφερόμενων επίγειων δορυφορικών σταθμών (SNG)	
			A0403	Δίκτυο μεταφερόμενων επίγειων σταθμών (ENG)	
			A0404	Άλλο – Προσδιορίστε	

Σημειώστε τις δραστηριότητες οι οποίες παρέχονται μέσω Σταθερού (Σ), Κινητού (Κ), Νομαδικού (Ν) ή Δορυφορικού (Δ) Δικτύου Πρόσβασης και για τις οποίες ζητείται Άδεια:

Σ	Κ	Ν	Δ
X	X	X	X

ΟΜΑΔΑ Β. Παροχή Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

		Σ	Κ	Ν	Δ
B01. Γενικές Υπηρεσίες	B0101 Παροχή Μισθωμένων Γραμμών				
	B0102 Εκμίσθωση χωρητικότητας				
	B0103 Παροχή ιδεατού ιδιωτικού δικτύου (VPN)				
	B0104 Παροχή Ευρυζωνικής Πρόσβασης				
B02. Υπηρεσίες Μετάδοσης Δεδομένων	B020 Μετάδοση δεδομένων 1				
	B020 SMS (Short Messaging Service) / MMS (Multimedia Messaging Service) 2				
	B020 Δεδομένων Προστιθέμενης Αξίας 3				
	B020 Παροχή υπηρεσιών τηλεματικής – τηλεμετρίας – ραδιοεντοπισμού 4				
	B020 Υπηρεσία εντοπισμού κινδυνεύοντος πλοίου 5				
B03. Υπηρεσίες Ραδιοκλήσεων	B030 Μονοκατευθυντική μετάδοση ειδήσεων (ήχος, σχέδιο και/ ή κείμενο) 1				
B04. Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης	B040 Τηλεχοπληροφόρηση (Audiotex) 1				
	B040 Οπτική Τηλεπληροφόρηση (Viodext) 2				
	B040 SMS (Short Messaging Service) / MMS (Multimedia Messaging Service) Προστιθέμενης Αξίας 3				
B05. Τηλεφωνικές Υπηρεσίες Πτήσεων	B050 Μετάδοση φωνής, δεδομένων και τηλεομοιοτυπίας 1				
B06. Υπηρεσίες Διαχείρισης Δικτύου	B060 Λειτουργία Δικτύου για Κλειστές Ομάδες Χρηστών 1				
	B060 Παροχή πυλών (gateways) μεταξύ δικτύων διαφόρων Φορέων 2				

B07. Υπηρεσίες Διαδικτύου (Internet)	B070 Παροχή υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο				
	1				

B08. Τεχνική παροχή Ευρυεκπομπής (broadcasting)	B080 Μετάδοση ηχητικών ή/και τηλεοπτικών σημάτων μεταξύ εγκαταστάσεων επιχειρήσεων ευρυεκπομπής (Broadcasting Companies)				
	B080 Αναμετάδοση σημάτων ευρυεκπομπής (Broadcasting)				
	B080 Διανομή σημάτων ευρυεκπομπής				
	B080 Δορυφορική συλλογή ειδήσεων (Satellite News Gathering)				
	B080 Επίγεια συλλογή ειδήσεων (ENG)				

B09. Υπηρεσίες Φωνής	B090 Παροχή Τηλεφωνικών Υπηρεσιών				
	B090 Εικονικός Πάροχος Τηλεφωνικών Υπηρεσιών				
	B090 Υπηρεσίες Φωνής μέσω Δορυφόρου				
	B090 Υπηρεσίες Φωνής μέσω πρωτοκόλλου IP				
	B090 Υπηρεσίες φωνής που παρέχονται μέσω διαδικτύου				
	B090 Υπηρεσίες Τηλεφωνικών Υπηρεσιών σε σταθερές θέσεις μέσω Προπληρωμένων Καρτών				
	B090 Υπηρεσίες αυτόματης επανάκλησης (Call-back)				
	B090 Υπηρεσίες Τηλεφωνικού Κέντρου (Call-shop)				
	B090 Παροχή κοινόχρηστων τηλεφώνων στο κοινό				
	B091 Παροχή υπηρεσιών τηλεφωνικού καταλόγου				

B10. Άλλες Υπηρεσίες (παρακαλώ περιγράψτε και επισυνάψτε φυλλάδιο)					

Παρατηρήσεις (Σημειώστε ή επισυνάψτε κείμενο με τις παρατηρήσεις σας, αν υπάρχουν)

- Δια της παρούσης δηλώνω ότι επιθυμώ να ασκήσω τις παραπάνω δραστηριότητες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και ζητώ την καταχώρησή μου στο Μητρώο Παρόχων Δικτύων και Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών της ΕΕΤΤ.
- Δια της παρούσης δηλώνω **ότι παύω την άσκηση** των δραστηριοτήτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών που έχουν σημειωθεί ανωτέρω.
- Δια της παρούσης δηλώνω ότι **παύω την άσκηση** κάθε δραστηριότητας ηλεκτρονικών επικοινωνιών σε καθεστώς Γενικής Άδειας.
- Δια της παρούσης δηλώνω ότι **έχει επέλθει αλλαγή** στα στοιχεία μου, σύμφωνα με όσα σημειώνω στην παρούσα.
- Δια της παρούσης δηλώνω ότι **έχει επέλθει αλλαγή** στη Νομική Μορφή της Επιχείρησής μου σύμφωνα με όσα σημειώνω στην παρούσα και η παλαιότερη επωνυμία μου είναι η εξής :

Δια της παρούσης υποβάλλω στην ΕΕΤΤ όλα απαιτούμενα **νομιμοποιητικά έγγραφα** (βλέπε κατωτέρω) ή/και όλα τα **έγγραφα** από τα οποία προκύπτει ότι ο υπογράφων την παρούσα Δήλωση Καταχώρησης **δεσμεύει** τον εκπροσωπούμενο. Δηλώνω α) ότι οι πληροφορίες που περιέχονται στην υποβαλλόμενη Δήλωση και κάθε άλλη πληροφορία που τη συνοδεύει, είναι αληθείς και ακριβείς και β) ότι έχω πλήρη γνώση του γεγονότος ότι, για την άσκηση οποιασδήποτε δραστηριότητας ηλεκτρονικών επικοινωνιών για την οποία απαιτείται, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, η χορήγηση ειδικών δικαιωμάτων χρήσης συχνοτήτων ή αριθμών, η χορήγηση αυτών των ειδικών δικαιωμάτων δεν συντελείται με την παρούσα διαδικασία και ότι οφείλω πριν από την παροχή της σχετικής υπηρεσίας να ζητήσω τη χορήγηση των εν λόγω ειδικών δικαιωμάτων.

Τόπος, Ημερομηνία

Όνομα/ Υπογραφή /Σφραγίδα

Οι αιτήσεις υποβάλλονται εγγράφως, απευθυνόμενες στην Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, στην διεύθυνση *Λεωφ. Κηφισίας 60, 151 25 Μαρούσι*

Οι Υπηρεσίες της ΕΕΤΤ βρίσκονται στη διάθεσή σας για την τηλεφωνική παροχή διευκρινήσεων στον ακόλουθο αριθμό :

Πληροφορίες ΕΕΤΤ

Υπενθυμίζεται ότι η παράλειψη υποβολής Δήλωσης Καταχώρησης καθώς και η καθυστερημένη ή ανακριβής Δήλωση, δύνανται να επισύρουν την επιβολή των διοικητικών κυρώσεων του άρθρου 63 του Ν.3431/2006.

Απαιτούμενα Νομιμοποιητικά Έγγραφα

A. Νομικά/Φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν /κατοικούν στην Ελλάδα

α. Ανώνυμες Εταιρείες:

- Καταστατικό και ΦΕΚ δημοσίευσεως αυτού ή κωδικοποίηση Καταστατικού, εφόσον έχει υποστεί τροποποιήσεις. Εφόσον η Εταιρεία είναι νεοσυσταθείσα, απαραίτητα έγγραφα είναι το Συμβολαιογραφικό έγγραφο συστάσεως, η σχετική ανακοίνωση της αποφάσεως του Νομάρχη περί συστάσεως από το οικείο τμήμα Ανωνύμων εταιρειών του Υπουργείου Ανάπτυξης που τηρεί τα μητρώα Ανωνύμων εταιρειών (Νομαρχία) και το αντίγραφο διπλοτύπου του Δημοσίου Ταμείου που ενσωματώνει τον κωδικό δημοσίευσεως. Οι Φορείς αναλαμβάνουν την υποχρέωση να προσκομίσουν τα ΦΕΚ όταν δημοσιευθούν.

- Το τελευταίο Πρακτικό του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας περί εκπροσώπησης και το σχετικό ΦΕΚ. Αν το ΦΕΚ δεν έχει δημοσιευθεί ακόμη, το εν λόγω Πρακτικό θα πρέπει να συνοδεύεται από την ανακοίνωση περί καταχώρισεως των στοιχείων στη Νομαρχία και το αντίγραφο διπλοτύπου του Δημοσίου Ταμείου που ενσωματώνει τον κωδικό δημοσίευσεως. Οι Φορείς αναλαμβάνουν την υποχρέωση να προσκομίσουν τα ΦΕΚ όταν δημοσιευθούν.

β. Ε.Π.Ε.

- Καταστατικό και ΦΕΚ δημοσίευσεως αυτού ή κωδικοποίηση Καταστατικού εφόσον έχει υποστεί τροποποιήσεις. Για τις νεοσυσταθείσες Ε.Π.Ε. απαιτείται το Συμβολαιογραφικό έγγραφο συστάσεως, το ΦΕΚ δημοσίευσεως και εφόσον αυτό δεν έχει ακόμη δημοσιευθεί αντικαθίσταται από το αντίγραφο διπλοτύπου του Δημοσίου Ταμείου που ενσωματώνει τον κωδικό δημοσίευσεως. Οι Φορείς αναλαμβάνουν την υποχρέωση να προσκομίσουν τα ΦΕΚ όταν δημοσιευθούν.

- Πιστοποιητικό του οικείου τμήματος του Πρωτοδικείου της έδρας της εταιρείας περί καταχώρισεως των στοιχείων και τροποποιήσεων των εταιρειών στα οικεία μητρώα.

γ. Ο.Ε. και Ε.Ε.

- Το Ιδιωτικό έγγραφο Σύστασεως με όλες τις τροποποιήσεις.

- Πιστοποιητικό του οικείου τμήματος του Πρωτοδικείου της έδρας περί καταχώρισεως των στοιχείων και τροποποιήσεων των εταιρειών στα οικεία μητρώα.

δ. Φυσικά πρόσωπα - ατομικές επιχειρήσεις

- Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας ή διαβατήριο.
- Άδεια παραμονής και εργασίας σε περίπτωση αλλοδαπού προσώπου.
- Βεβαίωση έναρξης επαγγελματικής δραστηριότητας από την οικεία ΔΟΥ .

B. Νομικά / Φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν / κατοικούν σε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης

A. Νομικά πρόσωπα

- Νομιμοποιητικά έγγραφα σύστασης και εκπροσώπησης του αλλοδαπού νομικού προσώπου συνοδευόμενα από την επισημείωση της Χάγης με συνημμένη επίσημη μετάφραση αυτών στην Ελληνική.

- Νομιμοποιητικά έγγραφα περί διορισμού αντικλήτου στην Ελλάδα και υπεύθυνη δήλωση του αντικλήτου περί αποδοχής των υποχρεώσεών του. Ο αντίκλητος πρέπει να είναι μόνιμος κάτοικος Ελλάδας και να γνωρίζει την ελληνική γλώσσα.

- Αντίγραφο Α.Δ.Τ. ή διαβατηρίου του πληρεξουσίου – αντικλήτου.

B. Φυσικά πρόσωπα

- Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας ή διαβατήριο.
- Βεβαίωση έναρξης επαγγελματικής δραστηριότητας από την οικεία ΔΟΥ .
- Εξουσιοδότηση του φυσικού προσώπου περί διορισμού αντικλήτου στην Ελλάδα και υπεύθυνη δήλωση του αντικλήτου περί αποδοχής των υποχρεώσεών του. Ο αντίκλητος πρέπει να είναι μόνιμος κάτοικος Ελλάδας και να γνωρίζει την ελληνική γλώσσα.
- Αντίγραφο Α.Δ.Τ. ή διαβατήριο του αντικλήτου.

Επεξηγήσεις

- A0101 Δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών που χρησιμοποιείται για την παροχή διαθέσιμων στο κοινό τηλεφωνικών υπηρεσιών σε σταθερή θέση. Υποστηρίζει τη μεταφορά φωνητικής επικοινωνίας μεταξύ σημείων τερματισμού, καθώς και άλλες μορφές επικοινωνίας, όπως φαξ και δεδομένα. Σταθερό δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών μέσω του οποίου παρέχεται Ασύρματη Πρόσβαση στο τελικό χρήστη, όπου η τοποθεσία του Τερματισμού Χρήστη και του σημείου πρόσβασης του δικτύου, στο οποίο συνδέεται ο Χρήστης, είναι σταθερά.
- A0103 Σταθερό δίκτυο ηλεκτρονικών επικοινωνιών στο οποίο οι συνδέσεις μεταξύ των κόμβων του αποτελούνται από ασύρματες μικροκυματικές ζεύξεις
- A0104 Τα συστήματα μετάδοσης και, κατά περίπτωση, ο εξοπλισμός μεταγωγής ή δρομολόγησης και οι λοιποί πόροι που επιτρέπουν τη μεταφορά σημάτων, με τη χρήση οπτικών ινών
- A0105 Εκμίσθωση μη χρησιμοποιούμενων (σκοτεινών) οπτικών ινών προκειμένου να χρησιμοποιηθούν για την θέση σε λειτουργία συστημάτων μετάδοσης και, κατά περίπτωση, εξοπλισμού μεταγωγής ή δρομολόγησης και λοιπών πόρων που επιτρέπουν τη μεταφορά σημάτων
- A0106 Τα συστήματα μετάδοσης και, κατά περίπτωση, ο εξοπλισμός μεταγωγής ή δρομολόγησης και οι λοιποί πόροι που επιτρέπουν τη μεταφορά σημάτων, με τη χρήση μεταλλικού καλωδίου ή/και ομοαξονικού καλωδίου
- A0108 Τα ασύρματα δίκτυα μετάδοσης (διανομής) σημάτων επίγειας ψηφιακής ευρυεκπομπής με χρήση συχνοτήτων που έχουν χορηγηθεί για την εκπομπή ραδιοηλεκτρικού σήματος, σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα Χάρτη Συχνοτήτων, συμπεριλαμβανομένων και προσώπων που είναι υπεύθυνα για την διαχείριση και λειτουργία των εγκατεστημένων κεραιοσυστημάτων και πομπών εντός Πάρκων Κεραιών
- 0109 Τα ασύρματα δίκτυα μετάδοσης (διανομής) σημάτων επίγειας αναλογικής ευρυεκπομπής με χρήση συχνοτήτων που έχουν χορηγηθεί για την εκπομπή ραδιοηλεκτρικού σήματος, σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα Χάρτη Συχνοτήτων, συμπεριλαμβανομένων και των προσώπων που είναι υπεύθυνα για την διαχείριση και λειτουργία των εγκατεστημένων κεραιοσυστημάτων και πομπών εντός Πάρκων Κεραιών
- A0201 Δημόσιο Δίκτυο Ηλεκτρονικών Κινητών Επικοινωνιών 2ης Γενιάς (GSM/DCS), το οποίο έχει όλες τις δυνατότητες που περιγράφονται στις Συστάσεις των Δικτύων Κινητών Επικοινωνιών 2ης Γενιάς (GSM/DCS) που εκδίδονται από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Τηλεπικοινωνιακών Προδιαγραφών (ETSI) ή τη Διεθνή Ένωση Τηλεπικοινωνιών (ITU).
- A0202 Δημόσιο Δίκτυο Ηλεκτρονικών Κινητών Επικοινωνιών 3ης Γενιάς (IMT-2000), το οποίο είναι ιδίως σε θέση να υποστηρίζει καινοτόμες πολυμεσικές υπηρεσίες, πέραν των δυνατοτήτων των δικτύων 2ης Γενιάς όπως το GSM, και το οποίο είναι σε θέση να συνδυάζει τη χρήση επίγειων και δορυφορικών συνιστωσών.
- A0203 Δημόσιο Δίκτυο Κινητών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, το οποίο ακολουθεί τις Συστάσεις των Κινητών Ψηφιακών Επίγειων Συγκαναλικών Συστημάτων Ραδιοεπικοινωνιών TETRA (Mobile Digital Terrestrial Trunked Radio Systems) που εκδίδονται από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Τηλεπικοινωνιακών Προδιαγραφών (ETSI) ή τη Διεθνή Ένωση Τηλεπικοινωνιών (ITU).

- A0204 Κάθε δίκτυο της κινητής υπηρεσίας, μέσω του οποίου παρέχονται υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, από νομικό ή φυσικό πρόσωπο, προς αποκλειστική εξυπηρέτηση των ιδίων επαγγελματικών αναγκών του ή των επιδιωκόμενων από αυτό σκοπών. Τα δίκτυα αυτά εγκαθίστανται, λειτουργούν, τελούν υπό την διαχείριση των κατόχων τους και χρησιμοποιούνται από κλειστό αριθμό χρηστών.
- A0205
- A0301 Δίκτυο αποτελούμενο από επίγειους σταθμούς που βρίσκονται σε καθορισμένα σταθερά σημεία, όταν γίνεται χρήση ενός ή περισσότερων δορυφόρων. Τα καθορισμένα σημεία μπορεί να είναι συγκεκριμένα σταθερά σημεία ή κάθε σταθερό σημείο εντός συγκεκριμένης περιοχής.
- A0302 Δίκτυα που περιλαμβάνουν την επικοινωνία μεταξύ ενός ή περισσότερων δορυφόρων και κινητών επίγειων σταθμών
- A0401 Τοπικά ασύρματα δίκτυα ευρείας ζώνης καναλιού.
- A0402 Δίκτυο αποτελούμενο από επίγειους σταθμούς (SNG) της Σταθερής Δορυφορικής Υπηρεσίας οι οποίοι προορίζονται να χρησιμοποιούνται σε σταθερά σημεία εντός συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής
- A0403 Δίκτυο αποτελούμενο από επίγειους μεταφερόμενους σταθμούς συλλογής ειδήσεων. (Earth News Gathering –ENG)
- B0101 Τα τηλεπικοινωνιακά μέσα– διευκολύνσεις τα οποία παρέχουν χωρητικότητα διαφανούς μετάδοσης μεταξύ τερματικών σημείων του δικτύου και δεν παρέχουν δυνατότητα μεταγωγής κατ’ επιλογή (λειτουργίες μεταγωγής που μπορεί να ελέγχει ο χρήστης ως μέρος της παροχής μισθωμένης γραμμής).
- B0102 Εκμίσθωση τμήματος χωρητικότητας τηλεπικοινωνιακών γραμμών στο κοινό, μέσω εν όλω ή εν μέρει δικτυακής υποδομής, της οποίας ο δηλών έχει την κυριότητα ή/και διαχείριση.
- B0103 Παροχή ιδεατού ιδιωτικού δικτύου εν όλω ή εν μέρει δικτυακής υποδομής, της οποίας ο δηλών έχει την κυριότητα ή/και διαχείριση. Ιδεατό ιδιωτικό δίκτυο είναι το τμήμα του εταιρικού δικτύου που παρέχει υπηρεσίες δικτύου χρησιμοποιώντας κοινή υποδομή δικτύου μεταγωγής.
- B0202 Μετάδοση σύντομων μηνυμάτων (μέχρι 160 αλφαριθμητικούς χαρακτήρες) (Short Messaging Service) και μηνυμάτων πολυμέσων (Multimedia Messaging Service)
- B0301 Αναλογική και ψηφιακή μετάδοση σήματος, η οποία εισάγει ακολουθίες ήχων ή αλφαριθμητικούς χαρακτήρες σε κινητούς δέκτες.
- B0401 Παροχή τεχνικής υποδομής για την ανάκτηση πληροφορίας και ψυχαγωγικών προγραμμάτων μέσω ενός συγκεκριμένου αριθμού κλήσης (συμπεριλαμβανομένων κλήσεων προς σύντομους κωδικούς ή αριθμούς των σειρών 901, 909) ή αποστολής/λήψης μηνυμάτων
- B0403
- B0501 Επικοινωνία φωνής, δεδομένων και τηλεομοιοτυπίας για επιβάτες αεροχημάτων με σταθερά και κινητά δίκτυα μέσω επίγειων ραδιο-σταθμών.
- B0601 Λειτουργία και διαχείριση τηλεπικοινωνιακών δικτύων για Κλειστές Ομάδες Χρηστών συμπεριλαμβανομένης της μεταγωγής φωνής.
- B0602 Παροχή πυλών (gateways) προκειμένου να επιτευχθεί διασύνδεση μεταξύ δικτύων διαφορετικών Φορέων.
- B0801 Μετάδοση ηχητικών και τηλεοπτικών σημάτων μεταξύ επιχειρήσεων ευρυεκπομπής μέσω εξωτερικών γραμμών μεταφοράς και διανομής καθώς και γραμμών ανταλλαγής προγράμματος.
- B0802 Μετάδοση ηχητικών και τηλεοπτικών σημάτων από το ραδιοφωνικό ή τηλεοπτικό σταθμό στα δίκτυα διανομής ευρυεκπομπής.

- B0803 Διανομή σημάτων ευρυεκπομπής στους συνδρομητές μέσω ευρυζωνικών δικτύων (όχι με χρήση συχνοτήτων που έχουν χορηγηθεί για την εκπομπή ραδιοτηλεοπτικού σήματος, σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα Χάρτη Συχνοτήτων)
- B0901 Υπηρεσία διαθέσιμη στο κοινό για τη δημιουργία και τη λήψη εθνικών και διεθνών κλήσεων και για την πρόσβαση στις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, μέσω αριθμού ή αριθμών που υπάρχουν σε εθνικό ή διεθνές σχέδιο τηλεφωνικής αριθμοδότησης.
- B0902 Το πρόσωπο που εάν και δεν διαθέτει δική του υποδομή ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συνεπώς και καμία διασύνδεση υλοποιημένη με άλλα δίκτυα, παρέχει τηλεφωνικές υπηρεσίες υπό δικό του εμπορικό σήμα και επιχειρηματική οργάνωση, βασιζόμενο στην υποδομή άλλων προσώπων που παρέχουν δίκτυα ή και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών με τα οποία έχει συνάψει σχετική σύμβαση.
- B0904 Υπηρεσίες φωνής που παρέχονται μέσω πρωτοκόλλων IP.
- B0907 Παροχή συνδέσεων με τη μέθοδο της αυτόματης επανάκλησης (callback).
- B0908 Παροχή δημόσιων τηλεφωνικών κλήσεων μέσω δημόσιων τηλεφωνικών κέντρων
- B0909 Παροχή κοινόχρηστων τηλεφώνων τα οποία είναι μόνιμα εγκατεστημένα σε δημόσιους χώρους και η πρόσβαση του κοινού σε αυτά είναι δυνατή όλο το εικοσιτετράωρο

Ενότητα 2

Τα οικονομικά στοιχεία του Ομίλου ΟΤΕ και η μεταβλητότητα αυτών κατά τη περίοδο από το 1998 έως το 2008.

	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0	0	0	0	1.837.075.440	2.535.943.229	2.479.555.590	2.147.457.078	2.481.948.515	1.639.297.623	1.590.092.869
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	3.524.000.000	354.900.000	3.249.700.000	2.707.900.000	2.940.800.000	3.046.825.428	3.026.546.697	3.432.171.227	1.180.181.567	3.212.881.326	3.121.730.198
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	1.392.100.000	2.781.700.000	1.348.800.000	1.407.800.000	4.127.700.000	1.377.226.677	1.972.771.022	1.638.696.587	421.337.293	1.259.673.535	1.963.565.981
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	3.956.900.000	2.030.000.000	2.202.900.000	3.045.400.000	0	3.203.299.904	2.783.892.504	2.480.746.604	815.220.237	1.565.381.614	737.965.726
ΠΑΓΙΟ	0	0	0	0	8.563.646.013	8.335.431.598	7.879.848.915	7.184.194.468	7.092.093.566	6.255.310.682	5.565.914.512
ΣΥΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	0	0	0	0	5.293.012.954	4.633.578.470	4.011.043.146	3.501.384.598	3.413.837.385	2.878.134.897	2.416.229.332
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΚΑΘΑΡΑ	2.589.700.000	2.682.700.000	2.714.500.000	2.707.000.000	2.746.400.000	3.118.852.282	3.338.794.225	3.445.773.903	3.209.255.454	3.000.343.566	2.733.975.789
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	446.500.000	792.100.000	655.800.000	-430.200.000	8.400.000	381.273.899	531.840.661	643.113.899	811.458.503	788.422.506	818.031.369
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	0	0	0	0	34.519.653	42.984.425	47.227.338	85.370.979	74.167.956	63.451.469	54.781.365
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	8.873.000.000	8.360.700.000	6.801.400.000	7.161.000.000	6.789.174.409	7.627.352.010	7.783.210.224	7.551.614.419	7.092.411.144	6.037.936.475	5.823.261.908
ΜΕΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ ΚΑΙ ΕΣΟΔΑ	312.200.000	314.300.000	840.100.000	-279.800.000	2.746.400.000	556.065.079	784.432.927	907.871.185	793.541.661	890.499.184	907.302.292

Ενότητα 3

Οι 50 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου κατά την περίοδο 2005 έως και 2007, με βάση τα στοιχεία της εξέλιξης του τζίρου τους σε εκατομμύρια ευρώ, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρίας Hellastat.

Τομέας	Εταιρεία*	2005	2006	2007
T	ΟΤΕ	2.707,00	2.714,50	2.656,90
T	COSMOTE	1.517,46	1.630,61	1.735,88
T	VODAFONE	1.807,39	1.772,32	1.670,79
T	WIND ΕΛΛΑΣ	493,03	958,32	1.187,56
T	ΓΕΡΜΑΝΟΣ	757,24	788,23	749,28
Π	DSGI SOUTH-EAST EUROPE	379,91	441,20	499,30
Π	ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS	258,07	309,61	382,55
Π	SIEMENS	350,02	341,38	332,09
T	ΚΕΝΤΡΟ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	216,71	242,85	300,21
T	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΛΩΔΙΑ	144,72	231,05	293,77
Π	INTRACOM TELECOM	77,94	301,61	284,02
Π	INFO-QUEST	435,29	287,34	268,04
Π	SONY ΕΛΛΑΣ	251,52	252,35	239,01
Π	ALPHA COPY	225,64	233,83	236,47
T	FULGOR	147,43	215,89	230,04
T	MULTICHOICE HELLAS	161,89	176,79	183,87
Π	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΘΗΝΩΝ	117,49	143,89	178,63

Π	INTRALOT	123,71	231,12	176,04
Π	LG ELECTRONICS ΕΛΛΑΣ	97,65	132,71	174,66
Τ	ΟΤΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΛΥΣΕΙΣ	134,68	162,96	165,06
Π	FG EUROPE	160,16	154,94	153,71
Π	MULTIRAMA	88,49	123,18	148,62
Π	IBM ΕΛΛΑΣ	129,49	118,84	145,92
Τ	NEXANS ΕΛΛΑΣ	88,13	119,01	128,10
Π	ALTEC ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	105,52	112,14	122,57
Τ	TELLAS	117,27	118,35	114,22
Τ	FORTHNET	87,96	92,76	113,98
Π	ENET SOLUTIONS LOGICOM	42,37	75,44	105,09
Τ	OTENET	70,78	82,97	103,83
Π	OKTABIT	69,94	79,46	93,01
Π	FIRST DATA HELLAS	66,52	80,03	87,82
Τ	MICROLAND COMPUTERS	64,08	78,41	85,31
Π	SIEMENS ΣΗΜΕΝΣ ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΤΗΛ/ΝΙΕΣ	90,50	105,12	83,65
Π	MAGNET ELECTRIC	61,39	74,45	83,15
Π	UNISYSTEMS A.E.E.	43,72	50,82	80,67
Π	INTRACOM DEFENSE ELECTRONICS	22,17	78,79	79,29
Π	LANDIS+GYR	74,09	79,57	75,44
Π	E-SHOP.GR	25,35	46,07	73,06
Π	ΣΑΝΥΟ	76,81	47,83	71,53
Π	INTERSYS ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	73,67	70,98	70,74
Τ	ΓΕΝΙΚΗ ΚΑΛΩΔΙΩΝ	45,35	66,77	68,11
Π	WESTNET DISTRIBUTION	0,00	40,28	67,68
Π	ΣΕΗΟΣ - EURONICS ΕΛΛΑΣ	45,60	57,95	67,56
Π	DIONIC	52,13	62,82	63,44
Π	INFOTE	57,72	62,21	61,51
Π	HEWLETT-PACKARD HELLAS	128,40	48,41	61,40
Τ	ΕΙΔΗΣΕΟΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΣ	32,76	45,04	59,51
Τ	LANNET ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	55,09	58,16	57,91
Π	SINGULARLOGIC	31,96	35,56	57,21
Τ	ALTEC TELECOMS	23,05	39,22	55,74
Top 50		12.435,22	13.874,16	14.583,96
<i>% Συμμετοχή στον τζίρο των 1685 επιχειρήσεων</i>		<i>78%</i>	<i>80%</i>	<i>80%</i>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 1: Οι 50 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου με βάση τα στοιχεία της εξέλιξης του τζίρου τους σε εκατομμύρια ευρώ, κατά την περίοδο 2005 έως και 2007.

Ενότητα 4

Σε εκατ. ευρώ	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	4.321,68	4.522,28	4.713,11	5.173,10	4.984,87	3,63%
ετήσια % μεταβολή	-	4,6%	4,2%	9,8%	-3,6%	
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	3.665,11	3.764,30	3.993,98	4.140,07	3.877,50	1,42%
ετήσια % μεταβολή	-	2,7%	6,1%	3,7%	-6,3%	
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	417,35	494,02	522,28	813,74	914,69	21,67%
ετήσια % μεταβολή	-	18,4%	5,7%	55,8%	12,4%	
Ίδια κεφάλαια	2.145,79	2.325,82	1.966,02	2.235,07	2.535,14	4,26%
ετήσια % μεταβολή	-	8,4%	-15,5%	13,7%	13,4%	
Σύνολο Παθητικού	6.467,51	6.848,24	6.679,12	7.392,16	7.519,73	3,84%
ετήσια % μεταβολή	-	5,9%	-2,5%	10,7%	1,7%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	1.885,28	2.000,38	1.863,88	2.088,63	2.286,79	4,95%
ετήσια % μεταβολή	-	6,1%	-6,8%	12,1%	9,5%	
Κυκλοφορούν	4.582,22	4.847,86	4.815,24	5.303,53	5.232,94	3,38%
ετήσια % μεταβολή	-	5,8%	-0,7%	10,1%	-1,3%	
Αποθέματα	925,24	1.051,32	1.006,76	1.000,29	1.065,83	3,60%
ετήσια % μεταβολή	-	13,6%	-4,2%	-0,6%	6,6%	
Απαιτήσεις	3.005,33	2.980,69	3.186,75	3.218,22	3.269,04	2,12%
ετήσια % μεταβολή	-	-0,8%	6,9%	1,0%	1,6%	
Διαθέσιμα / Χρεόγραφα	651,65	815,86	621,72	1.085,02	898,07	8,35%
ετήσια % μεταβολή	-	25,2%	-23,8%	74,5%	-17,2%	
Σύνολο Ενεργητικού	6.467,51	6.848,24	6.679,12	7.392,16	7.519,73	3,84%
ετήσια % μεταβολή	-	5,9%	-2,5%	10,7%	1,7%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	6.707,31	7.075,79	6.615,01	7.119,36	7.609,65	3,21%
ετήσια % μεταβολή	-	5,5%	-6,5%	7,6%	6,9%	
Κόστος Πωλήσεων	5.176,10	5.509,83	5.169,74	5.581,26	5.876,55	3,22%
ετήσια % μεταβολή	-	6,4%	-6,2%	8,0%	5,3%	
Καθαρά αποτελέσματα	284,87	389,98	154,88	449,93	385,48	7,85%
ετήσια % μεταβολή	-	36,9%	-60,3%	190,5%	-14,3%	
Μικτά κέρδη	1.565,96	1.445,27	1.538,10	1.733,10	1.767,17	3,07%
ετήσια % μεταβολή	-	-7,7%	6,4%	12,7%	2,0%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 2: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 1.423 επιχειρήσεων στον κλάδο της Πληροφορικής για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

Σε εκατ. ευρώ	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	7.956,31	7.958,99	10.053,78	11.099,12	12.644,70	12,28%
ετήσια % μεταβολή		0,0%	26,3%	10,4%	13,9%	
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	3.323,57	3.789,50	3.872,09	4.183,34	5.300,91	12,38%
ετήσια % μεταβολή		14,0%	2,2%	8,0%	26,7%	
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	3.594,24	3.081,77	6.134,05	6.845,02	7.288,63	19,33%
ετήσια % μεταβολή		-14,3%	99,0%	11,6%	6,5%	
Ίδια κεφάλαια	5.713,45	5.341,55	5.874,27	6.877,51	7.429,20	6,79%
ετήσια % μεταβολή		-6,5%	10,0%	17,1%	8,0%	
Σύνολο Παθητικού	13.669,76	13.300,55	15.928,04	17.976,64	20.073,90	10,08%
ετήσια % μεταβολή		-2,7%	19,8%	12,9%	11,7%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	9.268,09	9.191,36	11.336,12	12.553,17	15.285,00	13,32%
ετήσια % μεταβολή		-0,8%	23,3%	10,7%	21,8%	
Κυκλοφορούν	4.401,67	4.109,19	4.591,92	5.423,47	4.789,12	2,13%
ετήσια % μεταβολή		-6,6%	11,7%	18,1%	-11,7%	
Αποθέματα	228,18	233,94	288,76	357,38	355,18	11,70%
ετήσια % μεταβολή		2,5%	23,4%	23,8%	-0,6%	
Απαιτήσεις	3.243,51	2.969,14	2.277,98	2.363,68	2.395,06	-7,30%
ετήσια % μεταβολή		-8,5%	-23,3%	3,8%	1,3%	
Διαθέσιμα / Χρεόγραφα	929,98	906,11	2.025,18	2.702,40	2.038,88	21,68%
ετήσια % μεταβολή		-2,6%	123,5%	33,4%	-24,6%	
Σύνολο Ενεργητικού	13.669,77	13.300,55	15.928,05	17.976,64	20.074,12	10,08%
ετήσια % μεταβολή		-2,7%	19,8%	12,9%	11,7%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	8.755,12	9.455,76	9.285,09	10.285,36	10.670,97	5,07%
ετήσια % μεταβολή		8,0%	-1,8%	10,8%	3,7%	
Κόστος Πωλήσεων	5.924,57	6.681,00	7.306,20	6.868,86	7.138,53	4,77%
ετήσια % μεταβολή		12,8%	9,4%	-6,0%	3,9%	
Καθαρά αποτελέσματα	1.233,39	892,51	506,52	1.575,02	1.576,79	6,33%
ετήσια % μεταβολή		-27,6%	-43,2%	211,0%	0,1%	
Μικτά κέρδη	2.830,55	2.774,76	1.978,89	3.416,49	3.532,44	5,69%
ετήσια % μεταβολή		-2,0%	-28,7%	72,6%	3,4%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 3: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων στον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών, χωρίς τον ΟΤΕ και τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

Σε εκατ. ευρώ	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	3.375,78	3.831,29	5.600,58	7.547,42	7.827,60	23,40%
%ετήσια % μεταβολή		13,5%	46,2%	34,8%	3,7%	
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	2.166,30	2.731,90	2.464,29	2.834,54	2.512,91	3,78%
ετήσια % μεταβολή		26,1%	-9,8%	15,0%	-11,3%	
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	933,75	11,67	3.088,65	4.642,12	5.259,53	54,06%
ετήσια % μεταβολή		-98,8%	26368,1%	50,3%	13,3%	
Ίδια κεφάλαια	2.666,63	2.400,75	3.166,37	3.627,81	3.862,80	9,71%
ετήσια % μεταβολή		-10,0%	31,9%	14,6%	6,5%	
Σύνολο Παθητικού	6.042,41	6.232,05	8.766,94	11.175,24	11.690,40	17,94%
ετήσια % μεταβολή		3,1%	40,7%	27,5%	4,6%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	4.128,01	3.624,26	6.149,52	7.539,67	8.328,70	19,18%
ετήσια % μεταβολή		-12,2%	69,7%	22,6%	10,5%	
Κυκλοφορούν	1.914,41	2.607,79	2.617,42	3.635,57	3.361,92	15,12%
ετήσια % μεταβολή		36,2%	0,4%	38,9%	-7,5%	
Αποθέματα	185,20	199,34	259,06	321,28	320,48	14,69%
ετήσια % μεταβολή		7,6%	30,0%	24,0%	-0,2%	
Απαιτήσεις	1.331,5	2.060,8	1.498,6	1.653,6	1.636,5	5,29%
ετήσια % μεταβολή		54,8%	-27,3%	10,3%	-1,0%	
Διαθέσιμα / Χρεόγραφα	397,71	347,61	859,78	1.660,70	1.404,98	37,10%
ετήσια % μεταβολή		-12,6%	147,3%	93,2%	-15,4%	
Σύνολο Ενεργητικού	6.042,42	6.232,05	8.766,95	11.175,24	11.690,62	17,94%
ετήσια % μεταβολή		3,1%	40,7%	27,5%	4,6%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	5.636,27	6.709,36	6.578,09	7.570,86	8.014,07	9,20%
ετήσια % μεταβολή		19,0%	-2,0%	15,1%	5,9%	
Κόστος Πωλήσεων	3.357,34	4.755,30	4.348,20	4.986,76	5.318,63	12,19%
ετήσια % μεταβολή		41,6%	-8,6%	14,7%	6,7%	
Καθαρά αποτελέσματα	852,12	884,11	936,72	919,22	788,49	-1,92%
ετήσια % μεταβολή		3,8%	5,9%	-1,9%	-14,2%	
Μικτά κέρδη	2.278,93	1.954,06	2.229,89	2.584,09	2.695,44	4,29%
ετήσια % μεταβολή		-14,3%	14,1%	15,9%	4,3%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellstat

Πίνακας 4: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων στον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών, χωρίς τον ΟΤΕ, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

Σε εκατ. ευρώ	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	355,68	373,38	472,42	514,81	526,07	10,28%
ετήσια % μεταβολή		5,0%	26,5%	9,0%	2,2%	
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	263,33	231,93	345,07	374,58	354,40	7,71%
ετήσια % μεταβολή		-11,9%	48,8%	8,6%	-5,4%	
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	81,06	130,66	120,53	134,14	165,12	19,47%
ετήσια % μεταβολή		61,2%	-7,7%	11,3%	23,1%	
Ίδια κεφάλαια	249,75	261,31	344,47	357,99	363,52	9,84%
ετήσια % μεταβολή		4,6%	31,8%	3,9%	1,5%	
Σύνολο Παθητικού	605,43	634,70	816,89	872,81	889,59	10,10%
ετήσια % μεταβολή		4,8%	28,7%	6,8%	1,9%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	272,11	269,05	345,52	333,14	321,49	4,26%
ετήσια % μεταβολή		-1,1%	28,4%	-3,6%	-3,5%	
Κυκλοφορούν	333,32	365,65	471,37	539,67	568,10	14,26%
ετήσια % μεταβολή		9,7%	28,9%	14,5%	5,3%	
Αποθέματα	109,87	123,77	158,21	203,20	206,29	17,06%
ετήσια % μεταβολή		12,6%	27,8%	28,4%	1,5%	
Απαιτήσεις	199,3	212,8	289,5	281,7	309,7	11,65%
ετήσια % μεταβολή		6,8%	36,0%	-2,7%	9,9%	
Διαθέσιμα / Χρεόγραφα	24,18	29,12	23,70	54,75	52,16	21,19%
ετήσια % μεταβολή		20,4%	-18,6%	131,0%	-4,7%	
Σύνολο Ενεργητικού	605,43	634,70	816,89	872,81	889,59	10,10%
ετήσια % μεταβολή		4,8%	28,7%	6,8%	1,9%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	534,77	597,56	653,34	943,31	1.029,02	17,78%
ετήσια % μεταβολή		11,7%	9,3%	44,4%	9,1%	
Κόστος Πωλήσεων	459,43	526,07	579,07	825,05	914,12	18,77%
ετήσια % μεταβολή		14,5%	10,1%	42,5%	10,8%	
Καθαρά αποτελέσματα	11,41	16,24	6,30	28,89	27,76	24,88%
ετήσια % μεταβολή		42,2%	-61,2%	358,4%	-3,9%	
Μικτά κέρδη	75,34	71,49	74,27	118,26	114,91	11,13%
ετήσια % μεταβολή		-5,1%	3,9%	59,2%	-2,8%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 5: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 102 επιχειρήσεων του υποκλάδου Κατασκευή Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

<i>Σε εκατ. ευρώ</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)</i>
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	2.880,15	2.990,55	2.928,61	2.953,55	2.981,40	0,87%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	3,8%	-2,1%	0,9%	0,9%	
<i>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	2.509,63	2.585,34	2.550,12	2.570,34	2.498,27	-0,11%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	3,0%	-1,4%	0,8%	-2,8%	
<i>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	231,74	268,97	253,06	257,59	333,50	9,53%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	16,1%	-5,9%	1,8%	29,5%	
Ίδια κεφάλαια	1.012,34	990,74	610,80	739,07	1.003,16	-0,23%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-2,1%	-38,3%	21,0%	35,7%	
Σύνολο Παθητικού	3.892,49	3.981,29	3.539,41	3.692,62	3.984,56	0,59%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	2,3%	-11,1%	4,3%	7,9%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	1.004,14	1.048,51	821,00	832,93	933,67	-1,80%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	4,4%	-21,7%	1,5%	12,1%	
Κυκλοφορούν	2.888,36	2.932,78	2.718,41	2.859,69	3.050,88	1,38%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	1,5%	-7,3%	5,2%	6,7%	
<i>Αποθέματα</i>	772,97	849,30	726,56	730,33	808,53	1,13%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	9,9%	-14,5%	0,5%	10,7%	
<i>Απαιτήσεις</i>	1.832,4	1.789,2	1.747,0	1.778,1	1.853,2	0,28%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-2,4%	-2,4%	1,8%	4,2%	
<i>Διαθέσιμα / Χρεόγραφα</i>	282,94	294,33	244,90	351,26	389,16	8,30%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	4,0%	-16,8%	43,4%	10,8%	
Σύνολο Ενεργητικού	3.892,49	3.981,29	3.539,41	3.692,62	3.984,56	0,59%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	2,3%	-11,1%	4,3%	7,9%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	5.272,46	5.676,38	5.180,50	5.222,55	5.747,10	2,18%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	7,7%	-8,7%	0,8%	10,0%	
Κόστος Πωλήσεων	4.340,15	4.694,09	4.286,34	4.348,43	4.714,94	2,09%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	8,2%	-8,7%	1,4%	8,4%	
Καθαρά αποτελέσματα	123,29	123,77	-9,76	271,34	140,51	3,32%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	0,4%	-107,9%	-2880,5%	-48,2%	
Μικτά κέρδη	932,31	982,29	894,16	874,12	1.032,16	2,58%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	5,4%	-9,0%	-2,2%	18,1%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 6: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 555 επιχειρήσεων του υποκλάδου Εμπορία Εξοπλισμού Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

<i>Σε εκατ. ευρώ</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)</i>
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	7.618,35	7.616,11	9.602,64	10.579,37	12.084,89	12,23%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	0,0%	26,1%	10,2%	14,2%	
<i>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	3.069,06	3.571,50	3.533,91	3.797,27	4.905,03	12,44%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	16,4%	-1,1%	7,5%	29,2%	
<i>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	3.520,64	2.966,93	6.027,74	6.717,46	7.131,30	19,30%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-15,7%	103,2%	11,4%	6,2%	
Ίδια κεφάλαια	5.501,42	5.125,01	5.554,27	6.538,07	7.074,05	6,49%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-6,8%	8,4%	17,7%	8,2%	
Σύνολο Παθητικού	13.119,77	12.741,11	15.156,91	17.117,44	19.158,94	9,93%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-2,9%	19,0%	12,9%	11,9%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	9.041,36	8.966,00	11.025,20	12.245,90	14.978,55	13,45%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-0,8%	23,0%	11,1%	22,3%	
Κυκλοφορούν	4.078,41	3.775,11	4.131,71	4.871,54	4.180,39	0,62%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-7,4%	9,4%	17,9%	-14,2%	
<i>Αποθέματα</i>	128,75	127,15	141,73	154,65	135,60	1,30%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-1,2%	11,5%	9,1%	-12,3%	
<i>Απαιτήσεις</i>	3.053,7	2.778,8	2.001,0	2.073,4	2.068,5	-9,28%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-9,0%	-28,0%	3,6%	-0,2%	
<i>Διαθέσιμα / Χρεόγραφα</i>	895,95	869,16	1.988,98	2.643,49	1.976,31	21,87%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-3,0%	128,8%	32,9%	-25,2%	
Σύνολο Ενεργητικού	13.119,77	12.741,11	15.156,91	17.117,44	19.158,94	9,93%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-2,9%	19,0%	12,9%	11,9%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	7.981,25	8.598,00	8.370,58	9.028,56	9.250,85	3,76%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	7,7%	-2,6%	7,9%	2,5%	
Κόστος Πωλήσεων	5.221,70	5.886,89	6.467,67	5.737,08	5.841,91	2,85%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	12,7%	9,9%	-11,3%	1,8%	
Καθαρά αποτελέσματα	1.228,39	877,39	494,40	1.542,78	1.543,22	5,87%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-28,6%	-43,7%	212,1%	0,0%	
Μικτά κέρδη	2.759,55	2.711,11	1.902,91	3.291,49	3.408,94	5,43%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-1,8%	-29,8%	73,0%	3,6%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 7: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 176 επιχειρήσεων του υποκλάδου Παροχής Τηλεπικοινωνιακών και Διαδικτυακών Υπηρεσιών για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

Σε εκατ. ευρώ	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	3.037,83	3.488,41	5.149,44	7.027,67	7.267,79	24,37%
ετήσια % μεταβολή	-	14,8%	47,6%	36,5%	3,4%	
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	1.911,79	2.513,90	2.126,11	2.448,47	2.117,03	2,58%
ετήσια % μεταβολή	-	31,5%	-15,4%	15,2%	-13,5%	
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	860,15	-103,17	2.982,34	4.514,56	5.102,20	56,06%
ετήσια % μεταβολή	-	-112,0%	-2990,8%	51,4%	13,0%	
Ίδια κεφάλαια	2.454,60	2.184,21	2.846,37	3.288,37	3.507,65	9,33%
ετήσια % μεταβολή	-	-11,0%	30,3%	15,5%	6,7%	
Σύνολο Παθητικού	5.492,42	5.672,61	7.995,81	10.316,04	10.775,44	18,35%
ετήσια % μεταβολή	-	3,3%	41,0%	29,0%	4,5%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	3.901,27	3.398,90	5.838,60	7.232,40	8.022,25	19,75%
ετήσια % μεταβολή	-	-12,9%	71,8%	23,9%	10,9%	
Κυκλοφορούν	1.591,15	2.273,71	2.157,21	3.083,64	2.753,19	14,69%
ετήσια % μεταβολή	-	42,9%	-5,1%	42,9%	-10,7%	
Αποθέματα	85,77	92,55	112,03	118,55	100,90	4,15%
ετήσια % μεταβολή	-	7,9%	21,0%	5,8%	-14,9%	
Απαιτήσεις	1.141,7	1.870,5	1.221,6	1.363,3	1.309,9	3,50%
ετήσια % μεταβολή	-	63,8%	-34,7%	11,6%	-3,9%	
Διαθέσιμα / Χρεόγραφα	363,68	310,66	823,58	1.601,79	1.342,41	38,61%
ετήσια % μεταβολή	-	-14,6%	165,1%	94,5%	-16,2%	
Σύνολο Ενεργητικού	5.492,42	5.672,61	7.995,81	10.316,04	10.775,44	18,35%
ετήσια % μεταβολή	-	3,3%	41,0%	29,0%	4,5%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	4.862,40	5.851,60	5.663,58	6.314,06	6.593,95	7,91%
ετήσια % μεταβολή	-	20,3%	-3,2%	11,5%	4,4%	
Κόστος Πωλήσεων	2.654,48	3.961,19	3.509,67	3.854,98	4.022,01	10,95%
ετήσια % μεταβολή	-	49,2%	-11,4%	9,8%	4,3%	
Καθαρά αποτελέσματα	847,12	868,99	924,60	886,98	754,92	-2,84%
ετήσια % μεταβολή	-	2,6%	6,4%	-4,1%	-14,9%	
Μικτά κέρδη	2.207,92	1.890,41	2.153,91	2.459,09	2.571,94	3,89%
ετήσια % μεταβολή	-	-14,4%	13,9%	14,2%	4,6%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellstat

Πίνακας 8: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων του υποκλάδου Παροχής Τηλεπικοινωνιακών και Διαδικτυακών Υπηρεσιών, με εξαίρεση τον ΟΤΕ, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

<i>Σε εκατ. ευρώ</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>Μ.Ε.Ρ.Μ. (03-07)</i>
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
Σύνολο υποχρεώσεων*	1.598,35	2.150,85	1.186,03	1.090,26	1.364,23	-3,88%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	34,6%	-44,9%	-8,1%	25,1%	
<i>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	1.028,21	1.319,44	830,39	855,09	999,87	-0,70%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	28,3%	-37,1%	3,0%	16,9%	
<i>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>	412,11	-174,01	314,65	170,54	315,80	-6,44%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-142,2%	-280,8%	-45,8%	85,2%	
Ίδια κεφάλαια	988,17	319,63	782,35	887,16	883,10	-2,77%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-67,7%	144,8%	13,4%	-0,5%	
Σύνολο Παθητικού	2.586,53	2.470,48	1.968,38	1.977,42	2.247,34	-3,45%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-4,5%	-20,3%	0,5%	13,7%	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
Σύνολο Παγίου**	1.629,71	1.149,97	1.044,86	733,54	1.130,31	-8,74%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-29,4%	-9,1%	-29,8%	54,1%	
Κυκλοφορούν	956,83	1.320,51	923,52	1.243,87	1.117,03	3,95%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	38,0%	-30,1%	34,7%	-10,2%	
<i>Αποθέματα</i>	62,32	61,03	75,12	64,12	52,42	-4,23%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-2,1%	23,1%	-14,6%	-18,2%	
<i>Απαιτήσεις</i>	690,6	1.196,3	613,8	687,6	550,2	-5,52%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	73,2%	-48,7%	12,0%	-20,0%	
<i>Διαθέσιμα / Χρεόγραφα</i>	203,91	63,21	234,62	492,18	514,40	26,03%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-69,0%	271,2%	109,8%	4,5%	
Σύνολο Ενεργητικού	2.586,53	2.470,48	1.968,38	1.977,42	2.247,34	-3,45%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-4,5%	-20,3%	0,5%	13,7%	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ						
Κύκλος εργασιών	2.134,62	2.697,62	1.845,68	1.952,80	1.999,73	-1,62%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	26,4%	-31,6%	5,8%	2,4%	
Κόστος Πωλήσεων	1.385,54	2.075,83	1.342,23	1.459,93	1.484,23	1,74%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	49,8%	-35,3%	8,8%	1,7%	
Καθαρά αποτελέσματα	132,26	2,29	54,51	35,22	-127,98	#NUM!
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-98,3%	2278,1%	-35,4%	-463,3%	
Μικτά κέρδη	749,08	621,78	503,46	492,87	515,49	-8,92%
<i>ετήσια % μεταβολή</i>	-	-17,0%	-19,0%	-2,1%	4,6%	

*περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι μεταβατικοί λογαριασμοί, **περιλαμβάνονται οι αποσβέσεις,

Μ.Ε.Ρ.Μ. = Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής

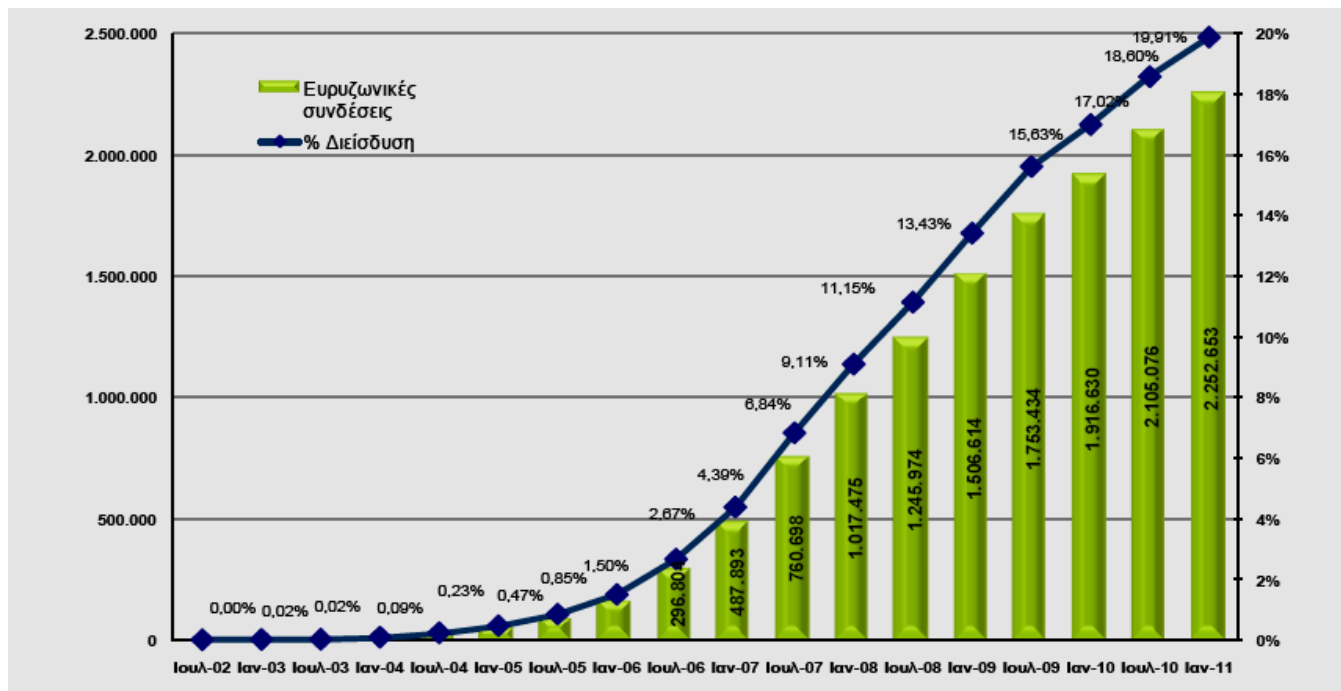
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Hellastat

Πίνακας 9: Τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του συνόλου των επιχειρήσεων του υποκλάδου Παροχής Τηλεπικοινωνιακών και Διαδικτυακών Υπηρεσιών, με εξαίρεση τον ΟΤΕ και τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, για την περίοδο από το 2003 μέχρι το 2007.

Αποτελέσματα για το 9μηνο 2011		Κύκλος Εργασιών			ΕΒΙΤΔΑ			Κέρδη/ Ζημιές μετά από φόρους & ΔΜ		
A/A	[ΔΠΧΠ (σε χιλ. €)]	2010	2011	Δ(%)	2010	2011	Δ(%)	2010	2011	Δ(%)
ΠΡΟΪΟΝΤΑ										
1	ALTEC	12.392	14.957	20,7%	-6.187	15	100,2%	-8.567	-5.774	32,6%
2	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	2.223	2.184	-1,8%	-37	227	713,5%	-535	-522	2,4%
3	COMPUCON	2.223	2.184	-1,8%	-37	227	713,5%	-535	-522	2,4%
4	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	2.223	2.184	-1,8%	-37	227	713,5%	-535	-522	2,4%
5	INTRALOT	797.723	856.500	7,4%	105.843	112.132	2,1%	37.013	10.852	-70,7%
6	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	797.723	856.500	7,4%	105.843	112.132	2,1%	37.013	10.852	-70,7%
7	PC SYSTEMS	6.382	5.782	-9,4%	-570	-1.053	-84,7%	-1.682	-2.058	-58,0%
8	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	6.382	5.782	-9,4%	-570	-1.053	-84,7%	-1.682	-2.058	-58,0%
9	QUALITY & RELIABILITY	2.374	2.123	-10,3%	-662	-825	-24,6%	-804	-758	4,5%
10	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	2.374	2.123	-10,3%	-662	-825	-24,6%	-804	-758	4,5%
11	ΑΛΦΑ ΓΚΡΙΠΙΝ	13.347	14.033	5,2%	-1.110	186	116,8%	-2.296	-1.553	32,4%
12	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	13.347	14.033	5,2%	-1.110	186	116,8%	-2.296	-1.553	32,4%
13	ΛΟΓΙΣΜΟΣ	1.508	1.507	-0,1%	1.088	1.062	-2,4%	-77	5	106,5%
14	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	1.508	1.507	-0,1%	1.088	1.062	-2,4%	-77	5	106,5%
Σύνολο Προϊόντων		982.200	1.068.200	8,7%	111.000	119.000	6,3%	25.200	900	-96,6%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ										
14	CPI (3M 20:1)	4.358	4.334	-0,6%	113	38	-66,4%	-99	-175	-76,8%
15	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	4.358	4.334	-0,6%	113	38	-66,4%	-99	-175	-76,8%
16	INTERTEK	27.144	23.141	-14,7%	302	470	55,6%	14	-260	-193,1%
17	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	27.144	23.141	-14,7%	302	470	55,6%	14	-260	-193,1%
Σύνολο Υπηρεσιών		31.502	27.475	-12,9%	415	508	21,7%	15	-245	-156,7%
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ										
18	HOL	147.830	166.012	12,3%	38.044	48.365	27,1%	-23.217	-12.592	45,8%
19	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	147.830	166.012	12,3%	38.044	48.365	27,1%	-23.217	-12.592	45,8%
20	DTE	1.152.400	3.792.200	-8,7%	1.436.900	1.154.500	-12,7%	131.300	196.800	49,9%
21	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	1.152.400	3.792.200	-8,7%	1.436.900	1.154.500	-12,7%	131.300	196.800	49,9%
Σύνολο Προϊόντων και Υπηρεσιών		1.982.342	4.960.412	-2,3%	1,585.348	1,717.373	-7,7%	102.283	77.403	-23,4%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										
21	EYPOZYMBΟΥΛΟΙ	6.766	3.311	-51,1%	336	-1.446	-530,4%	-716	-2.126	-196,9%
22	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	6.766	3.311	-51,1%	336	-1.446	-530,4%	-716	-2.126	-196,9%
23	INTRAKOM (ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ)	417.716	386.062	-7,6%	44.846	43.157	-3,8%	-26.960	-39.202	-45,4%
24	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	417.716	386.062	-7,6%	44.846	43.157	-3,8%	-26.960	-39.202	-45,4%
Σύνολο Υπηρεσιών Προϊόντων και Υπηρεσιών		424.482	389.373	-9,2%	45.182	41.711	-7,5%	-27.676	-38.328	-21,2%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										
24	NEWSPHONE	43.623	43.458	-0,4%	7.838	5.137	-34,5%	3.123	1.432	-54,1%
25	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	43.623	43.458	-0,4%	7.838	5.137	-34,5%	3.123	1.432	-54,1%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										
25	MICROLAND COMPUTERS	27	0	-100,0%	-113	-9	92,0%	-158	20	87,3%
26	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	27	0	-100,0%	-113	-9	92,0%	-158	20	87,3%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										
26	MARAC ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	5.261	5.112	-2,9%	-983	931	194,7%	-1.850	89	104,8%
27	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	5.261	5.112	-2,9%	-983	931	194,7%	-1.850	89	104,8%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ										
27	AVENIR	92.858	120.015	29,2%	-543	-1.341	-147,0%	-10	-4.915	-4905,0%
28	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	92.858	120.015	29,2%	-543	-1.341	-147,0%	-10	-4.915	-4905,0%
Σύνολο Προϊόντων και Υπηρεσιών		2.406.724	6.750.624	-4,1%	1.711.106	1.522.100	-11,6%	66.613	20.912	-69,2%

Πίνακας 10: Τα στοιχεία και τα αποτελέσματα των εισηγμένων εταιρειών του κλάδου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στο Χρηματιστήριο Αθηνών για το 9μηνο του 2011.

Ενότητα 5



Διάγραμμα 3: Ο ρυθμός αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης και το πλήθος των ευρυζωνικών συνδέσεων, που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα από το 2002 έως και το 2011.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

Ενότητα 1

Τα δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρίας Digital Tech σε σχέση με τον ανταγωνισμό, με βάση κάποιους κύριους παράγοντες, όπως είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες, η τιμολόγηση, η εταιρική φήμη, η ποιότητα, η εμπειρογνωμοσύνη και η διαφήμιση.

<i>Παράγοντες</i>	<i>Digital Tech</i>	<i>Δυνατά σημεία</i>	<i>Αδύνατα σημεία</i>	<i>OTE</i>	<i>Forthnet</i>	<i>Hellas online</i>	<i>On Telecoms</i>
Προϊόντα - Υπηρεσίες	Καινοτόμος υπηρεσία που βασίζεται στην IPTV, τη διαδραστικότητα μέσω διαδικτύου και την κινητή τηλεφωνία.	Υ		Προσφέρει υπηρεσίες IPTV. Υπάρχουν ξεχωριστές χρεώσεις για υπηρεσίες μετά από αίτημα, όπως η ενοικίαση ταινιών.	Προσφέρει υπηρεσίες τηλεόρασης από τη συνδρομητική βάση της Nova.	Διαθέτει υπηρεσίες που είναι τύπου video club, καθώς προσφέρει ταινίες και σειρές.	Προσφέρει υπηρεσίες IPTV σε πακέτο τηλεφωνίας και τηλεόρασης.
Τιμές	20 ευρώ / μήνα.	Υ		OTE TV μέσω conn-x: 14,90 ευρώ / μήνα (για οικογενειακό πακέτο) και 19,90 ευρώ / μήνα (full pack). Χρέωση υπηρεσιών on demand: OTE Club On Demand με 5 ευρώ / μήνα και OTE Cinema On Demand με 1 - 4,50 ευρώ / ταινία.	Forthnet και Nova: 49,90 ευρώ / μήνα (προσφέρεται σε πακέτο τηλεφωνία, Internet ADSL 24 Mbps και συνδρομητική τηλεόραση με ταινίες και σειρές).	HOL TV: 8 ευρώ / μήνα.	ON TV: 26,76 ευρώ / μήνα.
Ποιότητα	Η δυνατότητα μίσθωσης γραμμών και δικτύου από τον Όμιλο OTE αποτελεί εγγύηση.	Υ		Αντίστοιχη με του Ομίλου OTE.	Αντίστοιχη με του Ομίλου Forthnet.	Αντίστοιχη με του Ομίλου Hellas online.	Αντίστοιχη με του Ομίλου On Telecoms.
Εξυπηρέτηση	Άμεση εξυπηρέτηση και	Υ		Αντίστοιχη με του Ομίλου OTE.	Αντίστοιχη με του Ομίλου	Αντίστοιχη με του Ομίλου	Αντίστοιχη με του Ομίλου On

	τεχνική υποστήριξη τηλεφωνικά από τους τεχνικούς της εταιρίας.				Forthnet.	Hellas online.	Telecoms.
Αξιοπιστία	Πρόκειται για νέα εταιρία στο χώρο, που οι καταναλωτές δε γνωρίζουν.		✓	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου ΟΤΕ.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου Forthnet.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου Hellas online.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου On Telecoms.
Εμπειρογνωμοσύνη	Πρόκειται για νέα εταιρία στο χώρο.		✓	Αντίστοιχη με του Ομίλου ΟΤΕ.	Αντίστοιχη με του Ομίλου Forthnet.	Αντίστοιχη με του Ομίλου Hellas online.	Αντίστοιχη με του Ομίλου On Telecoms.
Εταιρική φήμη	Πρόκειται για νέα εταιρία στο χώρο, που οι καταναλωτές δε γνωρίζουν.		✓	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου ΟΤΕ.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου Forthnet.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου Hellas online.	Αντίστοιχη με το brand name του Ομίλου On Telecoms.
Τοποθεσία	Αθήνα	-	-	Αθήνα	Αθήνα	Αθήνα	Αθήνα
Σημεία πώλησης	Καταστήματα λιανικής πώλησης Πλαίσιο σε όλες τις μεγάλες πόλεις και κομπούλες πανελλαδικά.		✓	Εξουσιοδοτημένα καταστήματα ΟΤΕshop και Γερμανός, καθώς και δίκτυο καταρτισμένων πωλητών, σε όλη την ελληνική επικράτεια.	Δίκτυο 55 καταστημάτων Ομίλου Forthnet και εμπορικών συνεργατών σε όλη την Ελλάδα.	Δίκτυο καταστημάτων Ομίλου Hellas online και εμπορικών συνεργατών σε 1.500 σημεία πανελλαδικά.	Δίκτυο καταστημάτων Ομίλου On Telecoms και εμπορικών συνεργατών.
Τρόπος πίστωσης	Μηνιαία συνδρομή	-	-	Μηνιαία συνδρομή	Μηνιαία συνδρομή	Μηνιαία συνδρομή	Μηνιαία συνδρομή
Διαφήμιση	Τηλεοπτική και έντυπη για μια νέα υπηρεσία με όποιο ρίσκο αυτή εμπεριέχει, καθώς οι καταναλωτές δε τη γνωρίζουν.		✓	Οι καταναλωτές γνωρίζουν το παρεχόμενο προϊόν, μέσω τηλεοπτικής διαφήμισης.	Οι καταναλωτές γνωρίζουν το παρεχόμενο προϊόν, μέσω τηλεοπτικής διαφήμισης.	Οι καταναλωτές γνωρίζουν το παρεχόμενο προϊόν, μέσω τηλεοπτικής διαφήμισης.	Οι καταναλωτές γνωρίζουν το παρεχόμενο προϊόν.

Ενότητα 2

Το συνολικό κόστος του πλάνου προώθησης και διαφήμισης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης (κόστος media planning) και το συνολικό κόστος παραγωγής του τηλεοπτικού spot και της έντυπης καταχώρησης αντίστοιχα.

Επιλεγμένα μέσα	Κόστος
Τηλεοπτικά κανάλια	
✓ Mad TV	70.000 € / μήνα για τρεις μήνες
✓ NET	45.000 € / μήνα για τρεις μήνες
Περιοδικό Free	18.000 €
Εφημερίδα «Το Πρώτο Θέμα»	65.000 €
Συνολικό κόστος	428.000 €

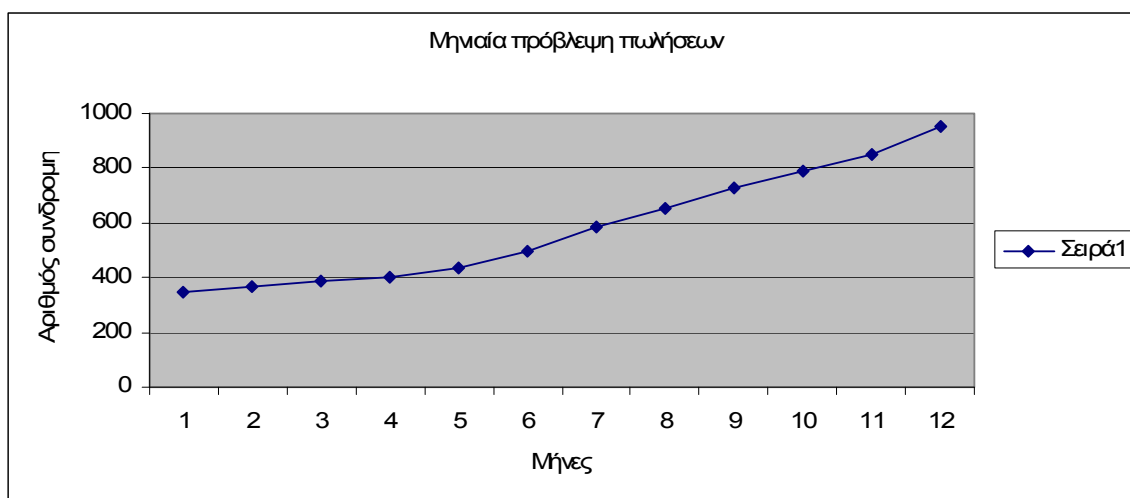
<u>A/A</u>	<u>Είδος</u>	<u>Κόστος μονάδας</u>	<u>Μονάδες</u>	<u>Σύνολο</u>
	<u>Κόστος παραγωγής</u>			
1	Κόστος συνεργείου	7.000 - 8.000 € / ημέρα	4 ημέρες	32.000
2	Κόστος μοντάζ	300 € /ώρα	70 ώρες	21.000
3	Κόστος ηθοποιών	40 - 120 € / ημέρα		
	Πρωταγωνιστές (3)	120 € / ημέρα	2 ημέρες	720
	Κομπάρσοι (8)	40 € / ημέρα	2 ημέρες	640
4	Κόστος ενοικίασης χώρων και εξοπλισμού	300 – 3.000 € / ημέρα	4 ημέρες	7.000
5	Κόστος πνευματικών δικαιωμάτων	50 – 3.000 € / sec		
	Μουσικό κομμάτι	500 € / sec	15 seconds	7.500
	<u>Μακέτα</u>			
6	Κόστος μακέτας (poster)			750
7	<u>Εφημερίδες</u>			
	Ολοσέλιδο 4χρωμο			850
	Υποσέλιδο			260
8	<u>Περιοδικά</u>			
	Ολοσέλιδο 4χρωμο			900
	Υποσέλιδο			400
9	<u>Οπτικοακουστικά μέσα</u>			
	Storyboard ανά καρτέ έγχρωμο	55 € /frame	10 frames	550
	Τηλεοπτικό σενάριο			630
Σύνολο (προ Φ.Π.Α.)		73.200 €		
Φ.Π.Α. (19% του συνόλου)		13.908 €		
15% του συνόλου (Αμοιβή διαφημιστικής)		10.980 €		
Συνολικό κόστος παραγωγής		98.088 €		

Ενότητα 3

Η μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων για τη χειρίστη περίπτωση των 7 χιλιάδων συνδρομών σε ένα έτος.

Μηνιαία Πρόβλεψη Πωλήσεων

Μήνας	Αριθμός συνδρομητών / μήνα	Μηνιαία συνδρομή	Μήνες που προβλέπεται να πληρώνει ο συνδρομητής μέχρι το κλείσιμο του οικονομικού έτους	Συνολικά έσοδα πωλήσεων ανάλογα με το μήνα έναρξης πληρωμής συνδρομής
Ιανουάριος	350	20	12	84000
Φεβρουάριος	370	20	11	81400
Μάρτιος	390	20	10	78000
Απρίλιος	400	20	9	72000
Μάιος	435	20	8	69600
Ιούνιος	500	20	7	70000
Ιούλιος	585	20	6	70200
Αύγουστος	650	20	5	65000
Σεπτέμβριος	730	20	4	58400
Οκτώβριος	790	20	3	47400
Νοέμβριος	850	20	2	34000
Δεκέμβριος	950	20	1	19000
Χειρότερο σενάριο συνόλου συνδρομητών	7000			
Ελάχιστα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις για όλο το οικονομικό έτος 2013 σε ευρώ				749.000



Ενότητα 4

Τα ενδεικτικά έξοδα ανάπτυξης με βάση το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης.

Τομέας	Κόστος	Μήνες	Σύνολο κόστους ανά τομέα για τους οχτώ μήνες
Πάγια λειτουργικά έξοδα (αμοιβή προσωπικού, καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και ηλεκτροδότησή τους)	15.000 € / μήνα	8 μήνες	120.000 €
Έξοδα σύστασης επιχείρησης (αμοιβή δικηγόρου, συμβολαιογράφου, λογιστή, ταμείου νομικών, γραμματίο κόστους σύστασης, πληρωμή παραβόλων)	220.000 €	-	220.000 €
Τέλος υποβολής Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ	300 €	-	300 €
Αγορά εξοπλισμού (γραφεία, ηλεκτρονικοί υπολογιστές)	15.000 €	-	15.000 €
Έργα ανακατασκευής εσωτερικών εγκαταστάσεων	1.000 €	-	1.000 €
Διαφημιστικές δαπάνες (τριάντα χιλιάδες ενημερωτικά φυλλάδια, κόστος μακέτας)	16.000 €	-	16.000 €
Κόστος δημιουργίας πλατφόρμας	1.800.000 €	-	1.800.000 €
Κόστος ασφάλισης εξοπλισμού και προσωπικού	12.000 € / έτος	-	8.000 €
		Σύνολο εξόδων ανάπτυξης οχταμήνου	2.180.300 €

Ενότητα 5

Η πρόβλεψη των μηνιαίων εξόδων λειτουργιών.

Τύπος εξόδων	Κόστος / Χρονική περίοδο	Συνολικό μηνιαίο κόστος ανά τύπο εξόδων
Πάγια λειτουργικά έξοδα (αμοιβή προσωπικού, καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και ηλεκτροδότησή τους)	15.000 € / μήνα	15.000 €
Ετήσιο διοικητικό τέλος στην ΕΕΤΤ	$749.000 \text{ €} * 0,0025 =$ 1.872,5 € / έτος	156 €
Τέλη διέλευσης με μείωση 25 % (406,95 € / χλμ. * 70 χλμ.)	21.365 € / έτος	1.780,4 €
Τέλη χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης με μείωση 25 % (750 * 0,175 * 70 χλμ.)	6.890 € / έτος	574 €
Μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου από τον ΟΤΕ	11.000 € / μήνα	11.000 €
Αμοιβή νομικού συμβούλου και λογιστή (εξωτερικοί συνεργάτες)	3.000 € / 3 μήνες	1.000 €
Διαφημιστικές δαπάνες (τηλεοπτική και έντυπη διαφήμιση – κόστη media planning και παραγωγής από υποενότητα 4.8.1)	526.088 € / 3 μήνες	175.363 €
Κόστος ασφάλισης εξοπλισμού και προσωπικού	12.000 € / έτος	1.000 €
Φορολογικές υποχρεώσεις (ΦΠΑ) επί των πωλήσεων, με συντελεστή 23 %	$749.000 \text{ €} * 23 \% =$ 172.270 € / έτος	14.356 €
Συνολικά μηνιαία έξοδα λειτουργιών		220.229,4 €

Ενότητα 6

Οι προβλέψεις των στοιχείων του ισολογισμού.

Digital Tech Ανώνυμη Εταιρία

Φύλλο ισολογισμού

Οικονομικό έτος 2013 (01/01/2013 - 31/12/2013)

Στοιχεία ενεργητικού	Ποσά χρήσεως 2013		
Έξοδα εγκαταστάσεως	<u>Αξία κτήσης</u>	<u>Αποσβέσεις</u>	<u>Αναπόσβεστη αξία</u>
1. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως (έξοδα σύστασης εταιρίας, έργα ανακατασκευής, κόστος δημιουργίας πλατφόρμας, τέλος υποβολής Δήλωσης Καταχώρησης στην ΕΕΤΤ)	2021300	2021300	0
Πάγιο ενεργητικό			
<i>Ενσώματες ακινητοποιήσεις</i>			
1.Κτιριακές εγκαταστάσεις (μισθωμένες)	144000	36000	108000
2.Μηχανήματα - Έπιπλα - Λοιπός μηχανολογικός εξοπλισμός (απόσβεση μέσα σε 2 έτη)	15000	7500	7500
<i>Άυλα περιουσιακά στοιχεία</i>			
1.Δικαίωμα ονομασίας (για 3 έτη)	15000	5000	10000
2.Πνευματικά δικαιώματα υπηρεσίας (για 4 έτη)	20000	5000	15000
<i>Σύνολο ακινητοποιήσεων και άλλων περιουσιακών στοιχείων</i>	<u>194000</u>	<u>53500</u>	<u>140500</u>
<i>Συμμετοχές και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις</i>			
1.Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			0
<i>Σύνολο πάγιου ενεργητικού</i>			<u>140500</u>
Κυκλοφορούν ενεργητικό			
<i>Αποθέματα</i>			
1.Αναλώσιμα υλικά	800	800	0
	<u>800</u>	<u>800</u>	<u>0</u>
<i>Απαιτήσεις</i>			
1.Πελάτες (ελάχιστα συνολικά έσοδα με βάση τη μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων)			749000
2.Επισφαλείς πελάτες			0

3.Λογαριασμοί διαχείρισης πιστώσεων	0
	749000
<i>Διαθέσιμα</i>	
1.Ταμείο	10000
2.Καταθέσεις (τραπεζικές)	16858914,5
	16868914,5
<i>Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού</i>	17617914,5
<i>Γενικό σύνολο ενεργητικού</i>	17758414,5

<i>Στοιχεία παθητικού</i>	<u>Ποσά χρήσεως 2013</u>
Ιδία κεφάλαια	
<i>Μετοχικό κεφάλαιο (20 εκατομμύρια μετοχές * 1 ευρώ)</i>	
1.Καταβεβλημένο	17432017
<i>Αποθεματικά κεφάλαια</i>	
1.Τακτικό αποθεματικό (αποτελεί περίπου το 5 % των καθαρών αποτελεσμάτων μετά το φόρο εισοδήματος)	0
2.Αφορολόγητο αποθεματικό	10000
	10000
<i>Αποτελέσματα εις νέο</i>	
1.Υπόλοιπο κερδών εις νέο (δεν υπάρχει προηγούμενη χρήση)	0
<i>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</i>	17442017
Προβλέψεις για κινδύνους και έξοδα	
1.Λοιπές προβλέψεις	90000
Υποχρεώσεις	
<i>Μακροπρόθεσμες</i>	
1.Έρευνα (για νέες εφαρμογές στην πλατφόρμα, βάση των αναγκών του καταναλωτικού κοινού)	12000
<i>Βραχυπρόθεσμες</i>	
1.Υποχρεώσεις από φόρους (ΦΠΑ 23 % με βάση τη χειρίστη περίπτωση πωλήσεων)	172270
2.Ετήσιο διοικητικό τέλος στην ΕΕΤΤ	1872,5
3.Τέλη διέλευσης με μείωση 25 %	21365
4.Τέλη χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης με μείωση 25 %	6890
5.Ασφαλιστικοί οργανισμοί	12000

Σύνολο υποχρεώσεων	226397,5
Γενικό σύνολο παθητικού	17758414,5

Ενότητα 7

Οι προβλέψεις της κατάστασης των αποτελεσμάτων χρήσεως.

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως οικονομικού έτους 2013 (01/01/2013 - 31/12/2013)	
Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως	Ποσά χρήσεως 2013
Κύκλος εργασιών (χειρίστη περίπτωση πωλήσεων)	749000
Μείον: Κόστος πωλήσεων	0
<i>Μεικτά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως</i>	<u>749000</u>
Πλέον: Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως (έσοδα από 600 πωλήσεις για 2 μήνες, σε περίπτωση που υπάρξουν περισσότεροι συνδρομητές το πρώτο εννιάμηνο από την αναμενόμενη μηνιαία πρόβλεψη)	24000
<i>Σύνολο</i>	<u>773000</u>
Μείον: Έξοδα λειτουργίας (από υποενοότητα 7.5 - πάγια λειτουργικά έξοδα και μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου από τον ΟΤΕ για 12 μήνες, αμοιβές εξωτερικών συνεργατών και διαφημιστικές δαπάνες για 3 μήνες)	841088
<i>Μερικά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως</i>	<u>-68088</u>
Πλέον: Πιστωτικοί τόκοι	0
Μείον: Χρεωστικοί τόκοι	0
<i>Ολικά αποτελέσματα (ζημιές) εκμεταλλεύσεως</i>	<u>-68088</u>
Πλέον: Έκτακτα αποτελέσματα	
1. Έκτακτα και ανόργανα έσοδα	0
Μείον: 1. Έκτακτα και ανόργανα έξοδα	0
2. Προβλέψεις για έκτακτους κινδύνους	0
<i>Οργανικά και έκτακτα αποτελέσματα (κέρδη ή ζημιές)</i>	<u>-68088</u>

Μείον: Σύνολο αποσβέσεων παγίων στοιχείων	53500	
Μείον: Αποσβέσεις παγίων στοιχείων ενσωματωμένες στο λειτουργικό κόστος	53500	0
Καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) προ φόρων		-68088

Ενότητα 8

Οι προβλέψεις της ανάλυσης των χρηματοροών.

Ανάλυση χρηματοροών: Ταμειακό πρόγραμμα και υπόλοιπα από 1/1/2013 έως 31/12/2013

	<u>Ιαν</u>	<u>Φεβ</u>	<u>Μάρ</u>	<u>Απρ</u>	<u>Μάι</u>	<u>Ιούν</u>	<u>Ιούλ</u>	<u>Αύγ</u>	<u>Σεπτ</u>	<u>Οκτ</u>	<u>Νοέ</u>	<u>Δεκ</u>	<u>Σύνολο οικονομικού έτους</u>
Έξοδα λειτουργίας και υποχρεώσεις													
Μισθοδοσία	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	11500	138000
Καταβολή μισθώματος εγκαταστάσεων και ηλεκτροδότηση	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	42000
Ετήσιο διοικητικό τέλος στην ΕΕΤΤ (υποενότητα 7.5)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1872,5	1872,5
Τέλη διέλευσης με μείωση 25 % (υποενότητα 7.5)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21365	21365

Τέλη χρήσης δικαιωμάτων διέλευσης με μείωση 25 % (υποενότητα 7.5)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6890	6890
Μηνιαία τέλη μίσθωσης δικτύου από τον ΟΤΕ (υποενότητα 7.5)	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	11000	132000
ΦΠΑ 23 % επί των πωλήσεων (υποενότητα 7.5 - μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων)	1610	3312	5106	6946	8947	11247	13938	16928	20286	23920	27830	32200	172270
Αμοιβές εξωτερικών συνεργατών (λογιστής, νομικός σύμβουλος) για 3 μήνες (υποενότητα 7.5)	1000	0	0	0	0	1000	0	0	0	0	0	1000	3000
Κόστος ασφάλισης εξοπλισμού και προσωπικού (υποενότητα 7.5)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12000	12000
Διαφημιστικές δαπάνες (για 3 μήνες) (υποενότητα 7.5)	175363	0	0	175363	0	0	175362	0	0	0	0	0	526088
Σύνολο εξόδων λειτουργίας	203973	29312	31106	208309	34947	38247	215300	42928	46286	49920	53830	101327,5	1055485,5

Έσοδα													
λειτουργίας													
Μετοχικό κεφάλαιο	17819700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17819700
Πωλήσεις (με βάση τη μηνιαία πρόβλεψη πωλήσεων)	7000	14400	22200	30200	38900	48900	60600	73600	88200	104000	121000	140000	749000
Σύνολο εσόδων λειτουργίας	17826700	14400	22200	30200	38900	48900	60600	73600	88200	104000	121000	140000	18568700
Καθαρή κίνηση =													
Σύνολο εσόδων	-			-			-						
Σύνολο εξόδων	17622727	-14912	-8906	178109	3953	10653	154700	30672	41914	54080	67170	38672,5	17513214,5

Μεταβολή κεφαλαίου = Καθαρή κίνηση - Αρχικό κατατιθέμενο μετοχικό κεφάλαιο = -306485,5