

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ελένη Σ. Κοριανού
Διπλωματική Εργασία
ΠΜΣ. ΔΕ

2002

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εξέταση των γενικών συνθηκών ανάπτυξης της ελληνικής κινητής τηλεφωνίας, καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης και παρουσίαση των εταιρειών που έχουν λάβει αδειοδότηση και δραστηριοποιούνται στην παροχή κινητών υπηρεσιών στην Ελλάδα.

Ελένη Σ. Κομιανού
Πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πειραιώς

Υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων

Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

2002

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Στους γονείς μου Στέφανο και Πηνελόπη για τη συμπαράστασή τους κατά τη διάρκεια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ελένη Σ. Κομιανού

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία έχει ως σκοπό να παρουσιάσει την εξέλιξη της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Αναφέρει συνοπτικά τα συστήματα κινητής τηλεφωνίας, το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, την υφιστάμενη κατάσταση, καθώς και τα χαρακτηριστικά ανάπτυξής της στην ελληνική αγορά.

Η εργασία παρουσιάζει αναλυτικά τη λειτουργία και την πορεία των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Κατόπιν, εμφανίζει συγκριτικά στοιχεία των παραπάνω εταιρειών με τα οποία προσδιορίζεται και το ποσοστό διείσδυσής τους στην ελληνική αγορά. Τέλος, εξετάζονται οι προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	.I
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	.II
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	.III
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ	
1.1 Γενικά.....	1
1.2 Ιστορική Αναδρομή.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ	
2.1 Σύστημα GSM (Παγκόσμιο Σύστημα Κινητών Επικοινωνιών).....	11
2.2 Σύστημα DCS 1800 (Ψηφιακό Κυψελοειδές Σύστημα).....	13
2.3 Δεδομένα Ανάπτυξης των Κυτταρικών Συστημάτων Κινητής Τηλεφωνίας..	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	
3.1 Απελευθέρωση της αγοράς τηλεπικοινωνιών.....	21
Κοινοτική Νομοθεσία και Εναρμόνισή της	
3.2 Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων.....	24
3.2.1 Εισαγωγή.....	24
3.2.2 Η ΕΕΤΤ ως Ανεξάρτητη Διοικητική Αρχή (ΑΔΑ).....	25
3.2.3 Οργάνωση της ΕΕΤΤ.....	26
3.2.3.1 Συγκρότηση της ΕΕΤΤ.....	26
3.2.3.2 Κωλύματα διορισμού των μελών της ΕΕΤΤ και ασυμβίβαστα.....	27
3.2.3.3 Λειτουργία της ΕΕΤΤ.....	28

3.2.4	Αρμοδιότητες της ΕΕΤΤ.....	29
3.3	Ειδικότερα οι άδειες κινητής τηλεφωνίας.....	35
3.3.1	Εισαγωγή.....	35
3.3.2	Χορήγηση Ειδικών Αδειών.....	36
3.3.3	Ανάκληση Ειδικών Αδειών.....	39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

	ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	42
4.1	Εισαγωγή.....	42
	Παρεχόμενες Υπηρεσίες.....	43
4.2	Διείσδυση Αγοράς.....	43
4.3	Χαρακτηριστικά της ελληνικής αγοράς κινητής τηλεφωνίας.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ PANAΦON-VODAFONE

5.1	Γενικά.....	49
5.2	Πελάτες.....	51
5.3	Προϊόντα & Υπηρεσίες.....	54
5.3.1	Γενικά.....	54
5.3.2	CU (Σύστημα Επικοινωνίας με κάρτα).....	55
5.3.3	Υπηρεσίες Internet – PANAΦONET.....	56
5.3.4	Υπηρεσία Panafon Partner (για εταιρική επικοινωνία).....	57
5.3.5	Υπηρεσία Vodafone Eurocall.....	58
5.3.6	Σύστημα επικοινωνίας LMDS.....	59
5.3.7	Υπηρεσίες WAP (για πρόσβαση στο Internet).....	59
5.3.8	Σύστημα GPRS.....	60

5.3.9	Υπηρεσία VPN/mVPN (για εσωτερική επικοινωνία εταιρικών χρηστών)	61
5.3.10	Υπηρεσία Περιαγωγής (Roaming)	61
5.3.11	‘A la Carte Roaming	62
5.3.12	Υπηρεσία Panafon Ringtones (για μελωδίες στο κινητό τηλέφωνο)	62
5.3.13	Panorama Πληροφοριών και Γνώσεων	63
5.3.14	Ενοποιημένες υπηρεσίες Εξυπηρέτησης Πελατών (Panafon Services)	64
5.4	Εμπορικοί Συνεργάτες	67
5.5	Οικονομικά Στοιχεία	70
5.5.1	Κύκλος εργασιών	70
5.5.2	Κόστος Πωλήσεων – Μικτό Κέρδος	73
5.5.3	Έξοδα Διοίκησης & Λειτουργίας Διάθεσης	73
5.5.4	Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης	74
5.5.5	Κέρδη προ φόρων	74
5.5.6	Αποτελέσματα χρήσεως	75
5.5.7	Αριθμοδείκτες	76
5.6	Νέες συμμετοχές και συνεργασίες	80
5.6.1	VIZZAVI HELLAS	80
5.6.2	BUSINESS EXCHANGES	81
5.6.3	IDEAL TELECOM	82
5.7	Στόχοι & Προοπτικές	83
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ COSMOTE		
6.1	Γενικά	92
6.2	Πελάτες	94

6.3 Προϊόντα & Υπηρεσίες.....	97
6.3.1	
Γενικά.....	97
6.3.2 Υπηρεσίες βάσει Συμβολαίου.....	98
6.3.3 Ειδικά Προγράμματα για Εταιρικούς Πελάτες.....	99
6.3.4 Υπηρεσίες Προπληρωμένης Κινητής Τηλεφωνίας (Καρτοκινητή Τηλεφωνία).....	100
6.3.5 Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας.....	101
6.3.6 Οι υπάρχουσες υπηρεσίες της Cosmote.....	104
6.3.7 Εταιρικές Υπηρεσίες.....	107
6.3.8 Υπηρεσία GPRS.....	109
6.3.9 Μετάδοση δεδομένων με υψηλότερες ταχύτητες.....	110
6.3.10 Περιαγωγή.....	111
6.4 Δίκτυο Πωλήσεων.....	112
Δίκτυο Αντιπροσώπων.....	113
6.5 Οικονομικά Στοιχεία.....	116
6.5.1 Κύκλος εργασιών.....	116
6.5.2 Κόστος πωλήσεων – Μικτό κέρδος.....	117
6.5.3 Έξοδα Διοίκησης, Διάθεσης, Ερευνών & Ανάπτυξης.....	118
6.5.4 Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης.....	119
6.5.5 Κέρδη προ φόρων.....	120
6.5.6 Αποτελέσματα χρήσεως.....	120
6.5.7 Αριθμοδείκτες.....	121
6.6 Εταιρείες του Ομίλου Cosmote.....	123
6.6.1 Cosmo-Holding Albania.....	124

6.6.2 CosmoONE Hellas Market Site.....	124
6.6.3 Cosmo-Megastore.....	126
6.6.4 Albanian Mobile Communications.....	127
6.7 Στόχοι & Προοπτικές.....	128

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ TELESTET

7.1 Γενικά.....	137
7.2 Πελάτες.....	138
7.3 Προϊόντα & Υπηρεσίες.....	141
7.3.1 Υπηρεσίες Καρτοκινητής τηλεφωνίας B free Midnight Madness και B free Weekend.....	141
7.3.2 Υπηρεσία Telestet B Best για εταιρικούς πελάτες.....	142
7.3.3 Πρόγραμμα Telestet 0.5.....	142
7.3.4 Κινητή πύλη Telestet on line WAP.....	143
7.3.5 Υπηρεσία Περιαγωγής (Roaming).....	144
7.3.6 Τεχνολογία HSCSD.....	144
7.3.7 Υπηρεσία Cronus on line WAP.....	145
7.3.8 Υπηρεσία B Best 2 to 4.....	145
7.3.9 Υπηρεσία B free All Day.....	146
7.3.10 Εταιρικές Υπηρεσίες.....	146
1) Υπηρεσίες Κινητού Γραφείου (Mobile Office Services).....	146
2) Υπηρεσίες διασύνδεσης.....	150
7.4 Δίκτυο Διανομής.....	152
7.5 Οικονομικά Στοιχεία.....	154
7.5.1 Κύκλος εργασιών.....	154

7.5.2 Κόστος πωλήσεων - Μικτό Κέρδος.....	155
7.5.3 Έξοδα Διοίκησης & Λειτουργία Διάθεσης.....	156
7.5.4 Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης.....	156
7.5.5 Κέρδη προ φόρων.....	157
7.5.6 Αποτελέσματα Χρήσεως.....	157
7.5.7 Αριθμοδείκτες.....	158
7.6 Στόχοι & Προοπτικές.....	160

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 : ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

8.1 Γενικά.....	165
8.2 Στοιχεία Κλάδου Κινητής Τηλεφωνίας (Εξέλιξη Συνδρομητών).....	166
8.3 Οικονομικά Αποτελέσματα των εταιρειών Κινητής Τηλεφωνίας.....	167

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 : ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ-ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

9.1 Γενικά.....	176
9.2 Κινητά Τρίτης γενιάς (UMTS).....	177
9.2.1 Καθυστέρηση στην εισαγωγή του UMTS.....	177
9.2.2 Παρεχόμενες Υπηρεσίες των UMTS.....	179
9.3 Προοπτικές των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας.....	181

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	186
---------------------------------	-----

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στους επιβλέποντες καθηγητές μου Κα Αγαλλοπούλου Πηνελόπη και Κο Αρτίκη Γεώργιο για την καθοδήγησή τους κατά τη διάρκεια συγγραφής της εργασίας και στο Κο Νικάκη Θεόδωρο, Προϊστάμενο της Διεύθυνσης Διαχείρισης Υλικών του ΟΤΕ, για τη βοήθειά του στην συλλογή πληροφοριών.

II

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

	Σελίδα
ΠΙΝΑΚΑΣ 1 ΠΑΡΟΧΟΙ ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΙΝΗΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	42
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ ΡΑΝΑΦΟΝ-VODAFONE.	53
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΗΣ ΡΑΝΑΦΟΝ-VODAFONE...	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΤΗΣ ΡΑΝΑΦΟΝ-VODAFONE.....	76
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ COSMOTE.....	95
ΠΙΝΑΚΑΣ 6 ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΤΗΣ COSMOTE.....	114
ΠΙΝΑΚΑΣ 7 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΗΣ COSMOTE.....	117
ΠΙΝΑΚΑΣ 8 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΤΗΣ COSMOTE.....	118
ΠΙΝΑΚΑΣ 9 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΤΗΣ COSMOTE.....	121
ΠΙΝΑΚΑΣ 10 ΜΕΤΟΧΟΙ ΤΗΣ COSMO-HOLDING ALBANIA.....	124
ΠΙΝΑΚΑΣ 11 ΜΕΤΟΧΟΙ ΤΗΣ COSMOONE.....	126
ΠΙΝΑΚΑΣ 12 ΜΕΤΟΧΟΙ ΤΗΣ COSMO-MEGASTORE.....	126
ΠΙΝΑΚΑΣ 13 ΜΕΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ALBANIAN MOBILE COMMUNICATIONS.....	127
ΠΙΝΑΚΑΣ 14 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ TELESTET.....	138
ΠΙΝΑΚΑΣ 15 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΗΣ TELESTET.....	155
ΠΙΝΑΚΑΣ 16 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΤΗΣ TELESTET.....	158
ΠΙΝΑΚΑΣ 17 ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΒΑΣΕΙ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ.....	166
ΠΙΝΑΚΑΣ 18 ΧΡΗΣΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΡΟΠΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ.....	166

ΠΙΝΑΚΑΣ 19 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ.....	166
ΠΙΝΑΚΑΣ 20 ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ.....	169
ΠΙΝΑΚΑΣ 21 ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ.....	170

III

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

	Σελίδα
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΚΙΝΗΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΤΟ ΕΤΟΣ 2000.....	44
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ ΡΑΝΑΦΟΝ-VODAFONE.....	53
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ COSMOTE.....	96
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΒΑΣΗΣ ΤΗΣ TELESTET.....	139
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5 ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 1997-2001.....	167
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6 ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ.....	170
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7 ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ.....	171

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ ΤΗΣ
COSMOTE, VODAFONE-(PANAFON) & TELESTET

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Γενικά

Οι νέες τεχνολογίες, η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των επιχειρήσεων και των κοινωνιών, ρόλος που αναμένεται να γίνει ακόμα πιο ουσιαστικός στο άμεσο μέλλον. Τα τελευταία χρόνια η εξάπλωση των νέων τεχνολογιών στην Ελλάδα, σε όλες τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων και των πολιτών, υπήρξε ιδιαίτερα έντονη και αυτό αντικατοπτρίζεται και στη ραγδαία ανάπτυξη της κινητής τηλεφωνίας.

Ο εκσυγχρονισμός του ΟΤΕ και η σταδιακή επικράτηση της ψηφιακής τεχνολογίας στις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας, βελτίωσε την κατάσταση στις τηλεπικοινωνίες ποιοτικά και ποσοτικά. Σε αυτό το κλίμα αναδιοργάνωσης και επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες αιχμής, από τον Ιούλιο του 1993 ξεκίνησε στην Ελλάδα η παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Οι πρώτες άδειες δόθηκαν το 1992 στις εταιρίες PANAFON και STET Hellas (TELESTET) για την εγκατάσταση και τη λειτουργία δικτύου GSM* 900 με εικοσαετή διάρκεια. Το 1995 δόθηκε η τρίτη άδεια στον ΟΤΕ για την εγκατάσταση και λειτουργία δικτύου DCS** 1800 στην Ελλάδα. Το δικαίωμα παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας που δόθηκε στον ΟΤΕ, μεταβιβάσθηκε όσον αφορά το σύστημα DCS 1800, στην COSMOTE το 1997.¹

Η ανάπτυξη της αγοράς κινητής τηλεφωνίας είναι τόσο μεγάλη στη χώρα μας και συντελείται με γρήγορους ρυθμούς, ώστε να γίνεται δικαιολογημένα λόγος για πραγματική «έκρηξη» των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα. Εξάλλου ο ρυθμός διάδοσης της κινητής τηλεφωνίας αναμένεται να γίνει ακόμα πιο έντονος κατά το άμεσο μέλλον χάρη στην εξάπλωση νέων τεχνολογικών εφαρμογών, όπως το WAP (Wireless Application Protocol), το GPRS (General Packet Radio Services) και φυσικά το UMTS (Universal Mobile Telecommunication Systems) που συνιστά το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας τρίτης γενιάς, εφαρμογές που θα προσφέρουν στους χρήστες τους πολύ μεγάλες δυνατότητες επικοινωνίας αλλά και πρόσβασης στις πολλές και ιδιαίτερα χρήσιμες υπηρεσίες του διαδικτύου.

Όλα δείχνουν πως η τάση που επικρατεί στην ευρωπαϊκή αγορά τηλεπικοινωνιών είναι η ένταξη ενός όλο και μεγαλύτερου αριθμού υπηρεσιών σχετικών με την επαγγελματική, αλλά και προσωπική μας ζωή στις δυνατότητες των συσκευών κινητής τηλεφωνίας. Σύμφωνα με όλες τις επίσημες προβλέψεις, το ποσοστό διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα αναμένεται να ξεπεράσει το 80% το έτος 2004, αφού η χώρα μας αποτελεί μια από τις πρώτες χώρες της Ευρώπης σε ό,τι αφορά τη διείσδυση των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.

Η σύγκλιση των τεχνολογιών του Internet και της κινητής τηλεφωνίας, καθώς και η καθιέρωση δικτύων κινητής τηλεφωνίας που χαρακτηρίζονται από υψηλές

* GSM: Global System for Mobile Communication

** DCS: Digital Cellular System

ταχύτητες και δυνατότητα μετάδοσης νέων και όχι μόνο φωνητικών δεδομένων αποτελούν τις βασικές τάσεις που κυριαρχούν τον τελευταίο καιρό στην αγορά των τηλεπικοινωνιών και χαράσσουν το δρόμο για τις περαιτέρω κινήσεις των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ο τύπος δικτύου που αναμένεται ότι θα κυριαρχήσει κατά το άμεσο μέλλον είναι αυτός που υποστηρίζει τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας τρίτης γενιάς (UMTS) ο οποίος αποτελεί και την πλατφόρμα διασύνδεσης μιας σειράς τηλεπικοινωνιακών δικτύων, είτε ασυρμάτων (GSM, DECT, PMR, S-PCN, TETRA) είτε σταθερών (ISDN, B-ISDN, LANs).

Αυτή την εποχή καταβάλλεται σε ευρωπαϊκό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο μια προσπάθεια να οριστούν οι κανόνες κάτω από τους οποίους θα λειτουργεί η τηλεφωνία που παρέχεται μέσω των υπηρεσιών του Internet (IP Telephony). Ωστόσο, η προσπάθεια αυτή δεν φαίνεται να καταλήγει σύντομα σε αποτελέσματα, αφού υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των διαφόρων χωρών ως προς το νομοθετικό πλαίσιο που αφορά τον έλεγχο των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω Internet. Παρ' όλα αυτά, η Ευρώπη εξακολουθεί να είναι η ήπειρος με το μεγαλύτερο ποσοστό διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας.

Σε ό,τι αφορά τις τρεις ελληνικές επιχειρήσεις κινητής τηλεφωνίας, δηλαδή την PANAFON, την TELESTET και την COSMOTE, αυτές εμφανίζονται να ακολουθούν στενά αυτές τις νέες τεχνολογικές τάσεις που κυριαρχούν σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ενώ στηρίζουν την αρκετά αυξημένη κερδοφορία τους στην παροχή νέων υπηρεσιών, καθώς μετά το τέλος των δωρεάν προσφορών και των πάσης φύσεως «δώρων» που χρησιμοποιούσαν ως μέσα προσέλκυσης της πελατείας τους, ο μεταξύ τους ανταγωνισμός έχει πλέον μεταφερθεί κυρίως στην παροχή σύγχρονων και πολύπλευρων υπηρεσιών που ξεφεύγουν από τα στενά όρια της απλής μετάδοσης φωνητικών δεδομένων.

Είναι πλέον φανερό σε όλους ότι ο πολύ έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των τριών εταιρειών κινητής τηλεφωνίας εντοπίζεται στο ποια θα κατορθώσει να αποκτήσει πρώτη το «στρατηγικό πλεονέκτημα» της προσφοράς υπηρεσιών που θα κάνουν πραγματικότητα το μεγάλο αίτημα της εποχής: τη σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών με τις υπηρεσίες του διαδικτύου, έτσι ώστε να καθίσταται δυνατή η «ταυτόχρονη» πρόσβαση και στις δύο, με τρόπο γρήγορο, αξιόπιστο και κυρίως, όσο γίνεται πιο οικονομικό.²

1.2 Ιστορική Αναδρομή

Η ανάγκη επικοινωνίας με μη σταθερά σημεία ευρισκόμενα πέραν του οπτικού ορίζοντα και χωρίς την υποστήριξη τηλεπικοινωνιακών καλωδίων για τη μεταφορά της πληροφορίας, δημιουργήθηκε αμέσως μετά την ανακάλυψη της ασυρματικής διάδοσης, γύρω στα τέλη του 1800. Το πρώτο σύστημα κινητής τηλεφωνίας εγκαταστάθηκε από τον Marconi το έτος 1898 στο νησί Wight της Αγγλίας, για λογαριασμό της Βασίλισσας Βικτώριας. Η κινητή μονάδα ήταν το βασιλικό γιγύ, στο οποίο τοποθετήθηκε ένας VHF πομποδέκτης με την

αντίστοιχη κεραία. Ο σταθμός βάσης, ήταν ένας πομποδέκτης με την κεραία του, αντίστοιχος με αυτόν της κινητής μονάδας, ο οποίος εγκαταστάθηκε στο Παλάτι της Βασίλισσας.

Πριν από τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, οι Βρετανοί χρησιμοποιούσαν την κινητή τηλεφωνία για λογαριασμό της Αστυνομίας. Η ζώνη των συχνοτήτων που χρησιμοποιούσαν ήταν 2-3 MHz. Κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, η χρήση των συστημάτων αυτών επεκτάθηκε στις ένοπλες δυνάμεις και στις υπηρεσίες άμεσου επεμβάσεως (π.χ. στην πυροσβεστική υπηρεσία).

Το έτος 1945 στο Ηνωμένο Βασίλειο (UK) υπήρχαν περίπου 1000 χρήστες των συστημάτων κινητής τηλεφωνίας και ο αριθμός τους αυξανόταν συνεχώς. Το 1947 στο πλαίσιο των εργασιών του Διεθνούς Συνεδρίου Ραδιο-επικοινωνιών (International Radio-Communication Conference) το οποίο έλαβε χώρα στο Atlantic City των ΗΠΑ, πραγματοποιήθηκε η κατανομή του ραδιο-φάσματος για τους χρήστες των κινητών επικοινωνιών.

Στις ΗΠΑ, το έτος 1921 στην Αστυνομία του Detroit εγκαταστάθηκε το πρώτο σύστημα το οποίο λειτουργούσε στην περιοχή των 2 MHz. Έπειτα, περίπου το 1940, νέες συχνότητες στην περιοχή των 30 και 40 MHz, καταχωρήθηκαν για τις κινητές επικοινωνίες. Επειδή ο αριθμός των χρηστών οι οποίοι ζητούσαν πρόσβαση στα συστήματα αυτά συνεχώς αυξανόταν, η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Επικοινωνιών των ΗΠΑ (Federal Communications Commission – FCC) παραχώρησε επιπλέον συχνότητες στην περιοχή των 30 και 500 MHz για διάφορες ειδικές χρήσεις. Τα πρώτα αυτά συστήματα κινητών επικοινωνιών λειτουργούσαν αυτόνομα και δεν υπήρχε επικοινωνία με το Τηλεφωνικό Δίκτυο της Χώρας.

Αμέσως μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, τα Εργαστήρια Bell δρομολόγησαν ένα πρόγραμμα για παροχή επικοινωνιακών υπηρεσιών με συστήματα τα οποία χρησιμοποιούσαν κοινό φορέα (common carrier), προκειμένου να εξυπηρετούνται πολλοί χρήστες μαζί κινούμενοι σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές. Η υπηρεσία αυτή καταχωρήθηκε στην Ομοσπονδιακή Επιτροπή Επικοινωνιών (FCC) με το όνομα Δημόσια Εσωτερική Υπηρεσία Επίγειων Κινητών Ασυρματικών Επικοινωνιών (Domestic Public Land Mobile Radio Service – DPLMRS). Η υπηρεσία DPLMRS δρομολόγησε τα παρακάτω δύο συστήματα:

- Το πρώτο από αυτά λειτούργησε το 1946 για την κάλυψη των επικοινωνιακών αναγκών των χρηστών οι οποίοι εκινούντο εντός της Πόλης του St. Louis, χρησιμοποιώντας τρεις ραδιο-διαύλους στην περιοχή των 150 MHz. Το σύστημα του St. Louis ήταν γνωστό με το όνομα Urban System.
- Το 1947 εγκαταστάθηκε ένα δεύτερο σύστημα για την κάλυψη των επικοινωνιακών αναγκών των χρηστών οι οποίοι εκινούντο στον αυτοκινητόδρομο New York – Boston. Το σύστημα αυτό χρησιμοποιούσε συχνότητες στην περιοχή 35-44 MHz. Τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν ήταν οι έντονες παρεμβολές λόγω του φαινομένου της Απόστασης της Πρώτης Ανάκλασης από τα ατμοσφαιρικά στρώματα (Skip Distance). Το σύστημα αυτό ήταν γνωστό με το όνομα Highway System.

Το 1964 λειτούργησε ένα δεύτερο σύστημα στα 150 MHz, το οποίο ήταν γνωστό με την ονομασία MJ και το έτος 1969 εγκαταστάθηκε και λειτούργησε το σύστημα MK, χρησιμοποιώντας συχνότητες στην περιοχή του ραδιο-φάσματος των 450 MHz. Τόσο το MJ όσο και το MK, ήταν τμήματα του Βελτιωμένου Συστήματος Κινητής Τηλεφωνίας (Improved Mobile Telephone System – IMTS).

Η διαχρονική εξέλιξη των Συστημάτων Κινητής Τηλεφωνίας και των Προσωπικών Ασυρματικών Επικοινωνιακών Συστημάτων στην παγκόσμια τηλεπικοινωνιακή αγορά είναι η εξής:

- Μέχρι το έτος 1970, η κινητή τηλεφωνία ανήκε στον χώρο της αναλογικής συμβατικής ασύρματης επικοινωνίας. Τα συστήματα που υπήρχαν για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων γεωγραφικών περιοχών ήταν απλής μορφής, χωρίς μεγάλες δυνατότητες ελαχιστοποίησης των παρεμβολών, δυναμικής αυξήσεως της χωρητικότητάς τους και παράλληλα μείωσης της πιθανότητας ολικής κατάληψης ραδιο-διαύλων (blocking probability) αυτών σε ώρες αιχμής. Στην περίπτωση αυτή, η γεωγραφική περιοχή υπό ραδιο-κάλυψη, αποτελείται από ένα Σταθμό Βάσης ο οποίος ήταν εφοδιασμένος με τις κατάλληλες ραδιο-μονάδες πομπο-δεκτών, ελέγχου, κεραιών και πιθανώς από έναν αριθμό αναμεταδοτών ανάλογα με την ιδιομορφία του γεωγραφικού αναγλύφου της περιοχής.
- Από το 1970 μέχρι το έτος 1990, μελετήθηκαν, υλοποιήθηκαν και λειτούργησαν τα συστήματα κινητής τηλεφωνίας πρώτης γενιάς.³ Τα κυριότερα ήταν τα NMT 450 ΚΑΙ NMT 900 (Σκανδιναβικά Πρότυπα στους 450 και 900 MHz αντίστοιχα, που λειτούργησαν εμπορικά το 1981-82), TACS 900 (βελτίωση του Αμερικανικού AMPS που προωθήθηκε από το Ην. Βασίλειο), NETC, RADIOCOM 2000, COMVIC κλπ.⁴ Χαρακτηριστικό των συστημάτων αυτών ήταν ο σχεδιασμός τους που είχε τη μορφή κυψελών, με στόχο την επαναχρησιμοποίηση των συχνοτήτων, που χρησιμοποιούσε κάθε σταθμός βάσης, για να καλυφθεί ραδιοηλεκτρικά μια γεωγραφική περιοχή.⁵

Σημαντικά μειονεκτήματα των συστημάτων αυτών ήταν αφενός μεν η περιορισμένη χωρητικότητά τους, αφετέρου δε η ασυμβατότητα, εξαιτίας της οποίας οι κινητοί συνδρομητές δεν μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν διαφορετικό σύστημα από αυτό στο οποίο είχαν εγγραφεί.⁶

- Από το έτος 1990 μέχρι το 2000, αναβαθμίστηκε η τεχνολογία των συστημάτων της πρώτης γενιάς, με αποτέλεσμα να λειτουργήσουν τα οργανωμένα πλέον κυτταρικά συστήματα κινητής τηλεφωνίας (cellular mobile radiocommunication systems) δεύτερης γενιάς. Το χαρακτηριστικό των συστημάτων αυτών είναι η πολύ-ιεραρχική λειτουργική δομή τους, η υψηλή χωρητικότητά τους από πλευράς εξυπηρέτησης χρηστών, η δυναμική διαχείριση του ραδιο-φάσματος των συχνοτήτων και το κυτταρικό πρότυπο επαναχρησιμοποίησης των συχνοτήτων (frequency re-use pattern). Τα συστήματα αυτά είναι το DECT, GSM, DCS-1800, ERMES, TETRA και το TETS. Τα συστήματα της δεύτερης γενιάς λειτουργούν σε συχνότητες υψηλότερες από αυτές των συστημάτων πρώτης γενιάς.

- Από το έτος 2000 με έτος τερματισμού το 2010, πρόκειται να λειτουργήσουν τα κυτταρικά συστήματα της τρίτης γενιάς. Ο στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να δημιουργήσει τις κατάλληλες τεχνικές προδιαγραφές των νέων αυτών συστημάτων, ώστε να διαχειρίζονται αξιόπιστα και σε πραγματικό χρόνο τις υπηρεσίες των πολυμέσων (multimedia). Τα νέα αυτά συστήματα είναι το UMTS, MBS και τα WLANs. Πρέπει να σημειωθεί ότι με την εισαγωγή των συστημάτων Κινητής Τηλεφωνίας Ευρείας Ζώνης (Broadband Mobile Systems – MBS), η διαχρονική εξέλιξή τους θα οδηγήσει σε μετάδοση των δεδομένων με ρυθμούς της τάξης των 155 Mbps. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των συστημάτων αυτών είναι ότι θα βασίζονται σε μικρο-κυτταρική (micro-cellular) και πικο-κυτταρική (pico-cellular) δομή, ενώ οι τελικές συχνότητες λειτουργίας των συστημάτων αυτών είναι ότι θα ανήκουν στη φασματική περιοχή των 50-60 GHz, προκειμένου να επιτευχθούν οι απαιτούμενοι υψηλοί ρυθμοί μετάδοσης δεδομένων.⁷

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. COSMOTE, Έκθεση Πεπραγμένων, Αθήνα, Σεπτέμβριος 2000, σελ. 99
2. Χρ. Καλμαντής, Εφημ. Εξπρές, Τηλεπικοινωνίες Κινητή Τηλεφωνία, Έτος 39°, Απρίλιος 2001, σελ. 12
3. Κωτσόπουλος, Καραγιαννίδης, Κινητή Τηλεφωνία, Παπασωτηρίου, Αθήνα, 1997, σελ. 1
4. Ιωάν. Γεωργόπουλος, Κινητή Τηλεφωνία Ξηράς, Αθήνα, Δεκέμβριος 1995, σελ. 4
5. Gallagher, Snyder, Mobile Telecommunications Networking with IS-41, Mc Graw-Hill, 1997, σελ. 4
6. Ιωάν. Γεωργόπουλος, ο.π. σελ. 4
7. Κωτσόπουλος, Καραγιαννίδης, ο.π. σελ. 6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

2.1 Σύστημα GSM (Παγκόσμιο Σύστημα Κινητών Επικοινωνιών)

Το 1982 αποφασίστηκε να ξεκινήσει η διαδικασία για τη δημιουργία των σχετικών προτύπων από τον CEPT (Conference des Administrations Europeennes des Postes at Telecommunications), που αποτελούσε ουσιαστικά τον σύλλογο των (γενικά κρατικών) τηλεπικοινωνιακών οργανισμών της Ευρώπης (με είκοσι έξι μέλη).¹ Ιδρύθηκε η ειδική ομάδα Groupe Speciale Mobile (GSM), η οποία ανέλαβε την τυποποίηση του συστήματος GSM, στην περιοχή των 900 MHz.

Το GSM μετονομάστηκε σε Παγκόσμιο Σύστημα Κινητών Επικοινωνιών (Global System for Mobile Communications), για να υποδηλώσει χαρακτηριστικά την εξάπλωσή του στις 5 ηπείρους και υιοθέτησή του από 137, μέχρι τον Ιούλιο του 1995, φορείς εκμετάλλευσης τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Η προώθηση του GSM, το οποίο τυποποιήθηκε από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Τηλεπικοινωνιακών Προτύπων (ETSI),* ενθαρρύνθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και αποτελεί σήμερα το πλέον διαδεδομένο πρότυπο συστήματος κινητών υπηρεσιών. Η πρώτη πιλοτική του εμφάνιση έγινε τον Οκτώβριο του 1991 στη Γενεύη, ενώ στο τέλος του 1993 είχε ξεπεράσει το 1.000.000 συνδρομητές.

Δύο ήταν οι κυριότεροι λόγοι εισαγωγής του GSM:

- α) ο κορεσμός των αναλογικών συστημάτων, λόγω της αυξανόμενης προσέλευσης νέων συνδρομητών και
- β) η ανάγκη παροχής νέων εξελιγμένων υπηρεσιών στους συνδρομητές, με στόχο την προσφορά προς το χρήστη ενός "κινητού γραφείου".

Οι κυριότερες νέες υπηρεσίες που προσφέρει το GSM, σε σχέση με αυτές των αναλογικών συστημάτων είναι οι ακόλουθες :²

- **Πανευρωπαϊκή κάλυψη**

Ο κινητός συνδρομητής μπορεί να χρησιμοποιεί την κινητή συσκευή του σε όλες τις περιοχές της Ευρώπης, όπου παρέχεται κάλυψη, όπως και τη συσκευή κάποιου άλλου συνδρομητή, χρησιμοποιώντας την ειδική κάρτα του που περιέχει το SIM (Subscriber Identification Module – Κάρτα Αναγνώρισης Συνδρομητή). Έτσι δεν υπάρχει η ασυμβατότητα που συνέβαινε λόγω του πλήθους των λειτουργούντων αναλογικών συστημάτων.³

- **Παροχή τηλεματικών υπηρεσιών**

Το πρότυπο GSM προσφέρει ένα μεγάλο φάσμα τηλεματικών υπηρεσιών, καθώς και μετάδοση δεδομένων διαφόρων ρυθμών, με τρόπο ολοκληρωμένο προς το σύστημα και όχι με μεμονωμένες μονάδες όπως συμβαίνει στα λειτουργούντα συστήματα.

* ETSI: European Telecommunications Standards Institute

- **Συμπληρωματικές υπηρεσίες**

Οι βασικές υπηρεσίες του GSM συμπληρώνονται από την παροχή μιας ευρύτατης ποικιλίας συμπληρωματικών υπηρεσιών, παρόμοιας με αυτή που προσφέρεται από το Ψηφιακό Δίκτυο Ενοποιημένων Υπηρεσιών (ISDN).

- **Ασφάλεια του δικτύου**

Είναι εξαιρετικά βελτιωμένη η προστασία του χρήστη σε σχέση με τα προηγούμενα συστήματα τόσο όσον αφορά στη χρήση της συσκευής του, όσο και στην ευκολότερη πρόσβαση στο δίκτυο.

- **Φορητοί Κινητοί Σταθμοί (Handheld Mobile Stations)**

Το GSM σχεδιάστηκε έτσι, ώστε να δίνει τη δυνατότητα ευρείας χρήσεως φορητών κινητών σταθμών οι οποίοι αναμένεται μελλοντικά να ξεπεράσουν το 90% του συνολικού αριθμού των MSs.

2.2 Σύστημα DCS 1800 (Ψηφιακό Κυψελοειδές Σύστημα)

Τα δίκτυα προσωπικής επικοινωνίας (Personal Communications Networks – PCN) στοχεύουν στη διάνοιξη μιας νέας ευρείας αγοράς, με σκοπό τη χρήση τους από συνδρομητές πυκνοκατοικημένων περιοχών, καθώς επίσης και στο να αποτελέσουν ανταγωνιστική εναλλακτική λύση προς το σταθερό δίκτυο. Η σχεδίαση των συστημάτων PCN είναι μικροκυψελοειδούς μορφής, ώστε να εξασφαλίσουν υψηλή ποιότητα επικοινωνίας και μεγαλύτερη ακόμα χωρητικότητα.

Το Ψηφιακό Κυψελοειδές Σύστημα στους 1800 MHz (Digital Cellular System 1800 – DCS 1800) είναι ένα σύστημα PCN που βασίζεται στις τεχνικές προδιαγραφές του GSM, με την προσθήκη παραλλαγών ή τροποποιήσεων, οι οποίες απαιτούνται για να υλοποιήσουν τις απαιτήσεις του PCN. Η Τεχνική Συνέλευση του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Τηλεπικοινωνιακών Προτύπων (ETSI) το Μάρτιο του 1990, έδωσε εντολή στην Τεχνική Επιτροπή GSM να μελετήσει και προδιαγράψει το τεχνικό πρότυπο για το σύστημα DCS 1800.⁴

Το GSM 1800 είναι η μετεξέλιξη του υπάρχοντος συστήματος GSM 900 με τα εξής πλεονεκτήματα για τους συνδρομητές :

- Καθαρό σήμα με ήχο υψηλής ποιότητας
- Συνομιλία χωρίς διακοπές και παράσιτα
- Ευκολία χρήσης ακόμη και σε πολυσύχναστους χώρους.⁵

Το 1994, η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών (FCC, Federal Communications Commission) των Η.Π.Α. έβγαλε σε δημοπρασία μεγάλα τμήματα συχνοτήτων στα 1.900 MHz, για ψηφιακή κινητή τηλεφωνία κάτω από την ετικέτα του PCS.* Η δυνατότητα εύκολης και γρήγορης μετατροπής των GSM 1800 συστημάτων από τους κατασκευαστές, καθώς και η αποδεδειγμένη αξιοπιστία και το χαμηλό κόστος στην Ευρωπαϊκή ήπειρο, ώθησαν πολλούς

* PCS: Personal Communications System

παροχείς κινητής τηλεφωνίας να προτιμήσουν το PCS 1900 (σήμερα αποκαλείται GSM 1900).

Ανταποκρινόμενες στο πρόβλημα ύπαρξης τριών διαφορετικών συχνοτήτων, οι εταιρείες έχουν αρχίσει να παράγουν dual-band συστήματα που λειτουργούν είτε σε συνδυασμό 900 και 1800 MHz, είτε σε 900 και 1900 MHz, ενώ σύντομα προβλέπεται η ύπαρξη συσκευών που θα έχουν τη δυνατότητα λειτουργίας και στις τρεις συχνότητες (tri-band).⁶

2.3 Δεδομένα ανάπτυξης των κυτταρικών συστημάτων κινητής τηλεφωνίας

Τα τελευταία χρόνια η υπηρεσία της Κινητής τηλεφωνίας έχει αποκτήσει μεγάλη σπουδαιότητα στην καθημερινή μας ζωή. Ο κατάλογος των χρηστών που επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία αυτή, συνεχώς αυξάνεται με μεγάλους ρυθμούς σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι λόγοι, από πλευράς χρήστη, που έχουν οδηγήσει στην μεγάλη εξάπλωση των συστημάτων κινητής τηλεφωνίας είναι οι εξής :

- Απ' ευθείας μείωση του κόστους

Έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε σε εταιρείες οδικών μεταφορών στη Μεγάλη Βρετανία, έδειξε σημαντική μείωση του κόστους μετά από χρησιμοποίηση της υπηρεσίας της κινητής τηλεφωνίας. Η μείωση αυτή οφείλεται στους παρακάτω παράγοντες:

- α) εξοικονόμηση καυσίμων από μείωση διανυομένων αποστάσεων μέχρι και 10% ετησίως
- β) ελάττωση του αριθμού των οχημάτων και του αριθμού των οχηματο-ωρών, οι οποίες απαιτούνται για την υποστήριξη ενός συγκεκριμένου επιπέδου επιχειρηματικής δραστηριότητας.

- Αποτελεσματικότητα στη χρήση των πόρων (resources) μιας επιχείρησης ή δραστηριότητας

Προκειμένου να περιγραφεί καλύτερα η υποστήριξη την οποία παρέχει η κινητή τηλεφωνία στην περιοχή αυτή, είναι χρήσιμο να δοθεί κάποιο ειδικό παράδειγμα, η αρχή του οποίου μπορεί να επεκταθεί και σε άλλους επιχειρηματικούς τομείς. Θεωρούμε την περίπτωση των πωλητών μιας εταιρείας παραγωγής προϊόντων τα οποία απαιτούν γρήγορη κατανάλωση. Ένας δείκτης ο οποίος μετρά την αποτελεσματικότητα στη χρήση των πόρων, μπορεί να είναι οι παραγγελίες που δέχεται η συγκεκριμένη εταιρεία σε καθημερινή βάση. Ο δείκτης αυτός έχει τάση ανόδου αν:

- α) ο αριθμός των συναντήσεων των πωλητών με πελάτες αυξάνεται καθημερινά
- β) υπάρχει γρήγορη επεξεργασία των παραγγελιών, ώστε να εξασφαλίζεται ο αναγκαίος χρόνος παράδοσης των προϊόντων

Η κινητή τηλεφωνία είναι σε θέση να βοηθήσει στην επίτευξη των παραπάνω στόχων, διότι αφ' ενός δίνει τη δυνατότητα αναδιάταξης του προγράμματος συναντήσεων των πωλητών χωρίς καθυστέρηση και αφ' ετέρου επιτρέπει την

προσπέλαση του τμήματος παραγγελιών, μέσω των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας.

- Βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών προστασίας

Εκτός από την υποστήριξη σε καθαρά «αστυνομική» προστασία (χρηματοποστολές, μεταφορά προσωπικού, κ.λ.π), η κινητή τηλεφωνία δημιουργεί προϋποθέσεις ασφάλειας για ανθρώπους οι οποίοι εργάζονται σε επικίνδυνες εργασίες (π.χ. εγκατάσταση και επιδιόρθωση γραμμών μεταφοράς ηλεκτρικής ενέργειας, μεταφορά υγρών καυσίμων, κ.λ.π), καθώς επίσης και για το ανθρώπινο δυναμικό το οποίο λαμβάνει μέρος σε επικίνδυνες αποστολές (π.χ. αναζητήσεις ατόμων, κ.λ.π).

- Απόκριση με ταχύτητα και αξιοπιστία σε καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης

Είναι γενικά αποδεκτό σήμερα ότι ειδικές υπηρεσίες (π.χ. αστυνομία, πυροσβεστική, κ.λ.π) δεν μπορούν να λειτουργήσουν δίχως τη χρήση της κινητής τηλεφωνίας. Εκτός από τις υπηρεσίες αυτές, η κινητή τηλεφωνία μπορεί ν' αποτελέσει λύση και για άλλες περιπτώσεις εκτάκτου ανάγκης, όπως:

- α) δίνοντας συμβουλές σε οδηγούς οχημάτων για την ύπαρξη τυχόν εμποδίων (π.χ. ατυχήματα, αποκλεισμός οδικών αρτηριών, κ.λ.π) στη διαδρομή όπου κινούνται
- β) σε περιπτώσεις ξαφνικής ασθένειας, αποκλεισμών από αντίξοες καιρικές συνθήκες, πυρκαγιών, είναι δυνατός ο ακριβής καθορισμός της θέσης των πασχόντων, με άμεσο αποτέλεσμα τη γρήγορη και αποτελεσματική αποστολή βοήθειας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η μείωση της έντασης των ακόμη και τραγικών επιπτώσεων που μπορεί να έχει μια κατάσταση εκτάκτου ανάγκης, είναι σημαντική προσφορά της κινητής τηλεφωνίας, με περισσότερο ποιοτικό, παρά ποσοτικό χαρακτήρα.

- Βελτίωση της αποτελεσματικότητας στους τομείς Διοίκησης και Ελέγχου

Η Διοίκηση (Management) και ο Έλεγχος (Control) των σημερινών επιχειρήσεων, έχουν γίνει εξαιρετικά σύνθετα και απαιτητικά. Τα στελέχη καταναλώνουν ένα μεγάλο μέρος των δραστηριοτήτων τους ταξιδεύοντας. Η δυνατότητα επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών με την Διοίκηση κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, οδηγεί σε αύξηση του όγκου των συναλλαγών της επιχείρησης, σε άμεση λήψη σημαντικών αποφάσεων, ενώ ταυτόχρονα βελτιώνει την εικόνα στα μάτια των πελατών της. Η πιο σπουδαία όμως υπηρεσία είναι η έλλειψη καθυστερήσεων στην πληροφόρηση του διοικητικού στελέχους, σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στην επιχείρηση.

Ένας άλλος τομέας, όπου η κινητή τηλεφωνία βελτιώνει τη Διοίκηση και τον Έλεγχο είναι αυτός της Τηλεμετρίας. Η επιτήρηση οργάνων, απόδοσης μηχανών, από μακρινή απόσταση και η αποστολή των αποτελεσμάτων με ταχύτητα στην περιοχή του κεντρικού ελέγχου, μειώνει τον αριθμό των βλαβών και βελτιώνει την αποδοτικότητα της συντήρησης.

- Απόκτηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά

Η παροχή δυνατότητας άμεσης επικοινωνίας με τη βοήθεια της κινητής τηλεφωνίας γίνεται ιδιαίτερα ελκυστική όταν δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι των οργανισμών

ραδιο-ταξί, των ταχυδρομικών υπηρεσιών του δημοσίου και του ιδιωτικού φορέα.

- Αύξηση του κύρους (prestige)

Ο παράγοντας αυτός αρχικά ήταν κίνητρο μόνο για επιφανή πρόσωπα της οικονομικής και πολιτικής ζωής των χωρών. Με την εγκατάσταση όμως των νέων συστημάτων της ψηφιακής κινητής τηλεφωνίας και την κατακόρυφη αύξηση του αριθμού των συνδρομητών, το κίνητρο αυτό επεκτείνεται και σε μεσαία κοινωνικά στρώματα (ελεύθεροι επαγγελματίες, γιατροί, δικηγόροι, κ.λ.π). Έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε προς το τέλος της δεκαετίας του 1980, από την εταιρεία PACTEL σε Ευρωπαϊκή χώρα σχετικά με τους παραπάνω συντελεστές, έδειξε μεταξύ των άλλων ότι:

- α) υπάρχει μειωμένο ενδιαφέρον για χρήση των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας, όταν το κίνητρο είναι η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά
- β) ο παράγοντας κύρος (prestige) επηρεάζει ένα μεγάλο ποσοστό συνδρομητών .⁷

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. John Scourias, Overview of the Global System for Mobile Communications, <http://ccnga.uwaterloo.ca/~jscouria/GSM/gsmreport.html>, σελ. 2
2. Ιωάν. Γεωργόπουλος, Κινητή Τηλεφωνία Ξηράς, Αθήνα, Δεκέμβριος 1995, σελ. 5
3. Harte, Levine, Livingston, GSM Surephones, Mc Graw-Hill, 1999, σελ. 4
4. Ιωάν. Γεωργόπουλος, ο.π. σελ. 5
5. www.cosmote.gr/diktio.htm, Δίκτυο GSM 1800
6. www.techlab.gr/technol/coms/cellular_europe.htm, Ο Ευρωπαϊκός Οδοστρωτήρας GSM
7. Κωτσόπουλος, Καραγιαννίδης, Κινητή Τηλεφωνία, Παπασωτηρίου, Αθήνα, 1997, σελ. 12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

3.1 Απελευθέρωση της αγοράς τηλεπικοινωνιών

Η απελευθέρωση της τηλεπικοινωνιακής αγοράς στην Ελλάδα εισάγεται με το Νόμο 2867/2000 ο οποίος άρχισε να ισχύει από την 1^η Ιανουαρίου 2001 αντικαθιστώντας το νομικό καθεστώς που καθιέρωσε ο προηγούμενος Νόμος 2246/1994 με τις σχετικές τροποποιήσεις του. Ο νέος νόμος αποτελώντας το βασικό νομοθέτημα που διέπει την αγορά των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, θέτει ένα νέο πλαίσιο για τις τηλεπικοινωνίες συμβάλλοντας στην ανάπτυξή τους με συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού, ενώ παράλληλα λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των καταναλωτών και την εξαιρετική σημασία των τηλεπικοινωνιών εν όψει της σύγκλισης των τεχνολογιών σε διεθνές επίπεδο.

Με το νόμο αυτό δημιουργείται το περιβάλλον μέσα στο οποίο οφείλει να δραστηριοποιείται κάθε τηλεπικοινωνιακή επιχείρηση και ρυθμίζονται όλες οι τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες που αναπτύσσονται εντός της Ελλάδας με βάση ορισμένες θεμελιώδεις αρχές που διέπουν την οικονομική δραστηριότητα γενικά, καθώς και τη συγκεκριμένη δραστηριότητα ειδικότερα, όπως αυτές της προστασίας του καταναλωτή, του ελεύθερου ανταγωνισμού, της προστασίας των προσωπικών δεδομένων, του απορρήτου των τηλεπικοινωνιών, της παροχής καθολικής υπηρεσίας* για όλες τις περιοχές και τους κατοίκους της χώρας και της ανάπτυξης των τηλεπικοινωνιών.¹

Κοινοτική Νομοθεσία και Εναρμόνισή της

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό στις αγορές των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, η Ευρωπαϊκή Κοινότητα εξέδωσε το 1990, την Οδηγία 90/388/ΕΟΚ. Σύμφωνα με την παραπάνω Οδηγία τα κράτη μέλη μεριμνούν για την κατάργηση των αποκλειστικών ή ειδικών δικαιωμάτων για την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, εκτός των υπηρεσιών φωνητικής τηλεφωνίας και λαμβάνουν κάθε αναγκαίο μέτρο προκειμένου να διασφαλίζεται σε κάθε οικονομικό φορέα το δικαίωμα παροχής των εν λόγω τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών.

Όμως, η οδηγία αυτή εξαιρούσε ρητώς από το πεδίο εφαρμογής της την κινητή τηλεφωνία. Ο λόγος της εξαιρέσεως αυτής, ήταν αφ' ενός μεν ότι στο στάδιο εκείνο έπρεπε να προηγηθεί η προέχουσα τότε ρύθμιση του καθεστώτος των λεγόμενων βασικών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, αφ' ετέρου δε, ότι η κινητή τηλεφωνία είχε στο μακρινό εκείνο παρελθόν, πολύ μικρή ακόμη διάδοση και άρα μικρή πρακτική σημασία.

Όπως όμως έχει παρατηρηθεί ο τομέας των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών είναι μια περιοχή εντυπωσιακών καινοτομιών και ταχείας τεχνολογικής αναπτύξεως. Τα πράγματα επομένως προχώρησαν ραγδαία για την κινητή

* «Καθολική Υπηρεσία», προκαθορισμένο ελάχιστο σύνολο Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών συγκεκριμένης ποιότητας, που προσφέρεται σε όλους τους Χρήστες ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης σε προσιτή τιμή, κατά τις διατάξεις του άρθρου 8 παρ. 5 του Ν 2867/2000

τηλεφωνία.² Έτσι θεσπίστηκε η Οδηγία 96/2/ΕΚ για την τροποποίηση της Οδηγίας 90/388/ΕΟΚ, όσον αφορά τις κινητές και προσωπικές επικοινωνίες. Η προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς την Οδηγία 96/2/ΕΚ έγινε με το Προεδρικό Διάταγμα 124/1998.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το παραπάνω Προεδρικό Διάταγμα, τα κράτη μέλη οφείλουν να εξασφαλίζουν τα ακόλουθα:

- α) οι όροι για τη χορήγηση αδείας πρέπει να περιέχουν μόνο ότι δικαιολογείται από τις ουσιώδεις απαιτήσεις και, στην περίπτωση των συστημάτων για χρήση από το κοινό, από τις απαιτήσεις για την παροχή δημοσίων υπηρεσιών υπό μορφή εμπορικών κανονιστικών διατάξεων
- β) οι όροι για τη χορήγηση αδείας σε φορείς εκμετάλλευσης κινητού δικτύου πρέπει να εξασφαλίζουν τη διαφάνεια και να αποφεύγουν τις διακρίσεις μεταξύ φορέων εκμετάλλευσης σταθερού και κινητού δικτύου σε περίπτωση συνιδιοκτησίας,
- γ) οι όροι για τη χορήγηση αδείας δεν πρέπει να περιέχουν αδικαιολόγητους τεχνικούς περιορισμούς. Ιδιαίτερα, τα κράτη μέλη δεν πρέπει να εμποδίζουν το συνδυασμό αδειών ή να περιορίζουν την προσφορά διαφορετικών τεχνολογιών οι οποίες χρησιμοποιούν ξεχωριστές συχνότητες σε περίπτωση πολυπρότυπων συσκευών.

Εφόσον υπάρχουν διαθέσιμες συχνότητες, τα κράτη μέλη οφείλουν να χορηγούν άδεια σε οποιονδήποτε υποβάλλει αίτηση, εφαρμόζοντας ανοιχτές, αμερόληπτες και διαφανείς διαδικασίες.

3.2 Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων

3.2.1 Εισαγωγή

Το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών χαράζει τις κατευθυντήριες γραμμές της πολιτικής των τηλεπικοινωνιών και λαμβάνει τις απαιτούμενες νομοθετικές πρωτοβουλίες στον τομέα των τηλεπικοινωνιών. Ωστόσο, ο έλεγχος και η ρύθμιση του τομέα τηλεπικοινωνιών και η εποπτεία της τηλεπικοινωνιακής αγοράς ασκούνται από την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (Ε.Ε.Τ.Τ.), η οποία αποτελεί την Εθνική Ρυθμιστική Αρχή (ΝΡΑ) σε θέματα τηλεπικοινωνιών και η οποία συστάθηκε με το Ν. 2246/1994 (ΦΕΚ 172 Α').

Το Κράτος, δια των νομίμων οργάνων του και η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (Ε.Ε.Τ.Τ.) φροντίζουν ώστε η άσκηση των τηλεπικοινωνιακών δραστηριοτήτων να γίνεται με βάση τις αρχές της αντικειμενικότητας, της διαφάνειας, της ίσης μεταχείρισης και της αποφυγής διακρίσεων μεταξύ τηλεπικοινωνιακών επιχειρήσεων, καθώς και για την πλήρωση των Ουσιωδών Απαιτήσεων* του άρθρου 2 του Ν. 2867/2000.

* «Ουσιώδεις Απαιτήσεις», οι λόγοι δημοσίου συμφέροντος μη οικονομικού χαρακτήρα, βάσει των οποίων η εγκατάσταση ή/και λειτουργία των Τηλεπικοινωνιακών Δικτύων ή/και η παροχή Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών μπορούν να επιτραπούν υπό προϋποθέσεις

3.2.2. Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων ως ανεξάρτητη Διοικητική Αρχή (ΑΔΑ)

Οι Ανεξάρτητες Διοικητικές Αρχές (ΑΔΑ) οι οποίες διακρίνονται για την οργανωτική και λειτουργική ανεξαρτησία τους και για το εύρος των αρμοδιοτήτων τους, εντάσσονται σε ένα αυστηρώς καθορισμένο πλαίσιο και αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση του γενικού συμφέροντος.³

Η Ε.Ε.Τ.Τ. είναι ανεξάρτητη διοικητική αρχή με έδρα την Αθήνα, που απολαμβάνει διοικητικής και οικονομικής αυτοτέλειας. Η Ε.Ε.Τ.Τ. μπορεί με απόφασή της να εγκαθιστά και να λειτουργεί γραφεία και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας. Οι αποφάσεις της Ε.Ε.Τ.Τ. κοινοποιούνται με μέριμνά της στον Υπουργό Μεταφορών και Επικοινωνιών. Έκθεση πεπραγμένων της Ε.Ε.Τ.Τ. υποβάλλεται κατ' έτος στον Υπουργό Μεταφορών και Επικοινωνιών και στον Πρόεδρο της Βουλής.

3.2.3. Οργάνωση της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων

3.2.3.1. Συγκρότηση της Ε.Ε.Τ.Τ.

Η Ε.Ε.Τ.Τ. συγκροτείται από εννέα (9) μέλη, εκ των οποίων ένας είναι ο Πρόεδρος και δύο Αντιπρόεδροι, ο ένας εκ των οποίων είναι αρμόδιος για τον τομέα των τηλεπικοινωνιών και ο άλλος για τον τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν 2867/2000. Τα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. κατά την άσκηση των καθηκόντων τους απολαύουν πλήρους προσωπικής και λειτουργικής ανεξαρτησίας. Ο Πρόεδρος, οι Αντιπρόεδροι και τα υπόλοιπα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. διορίζονται με απόφαση του Υπουργού Μεταφορών και Επικοινωνιών μετά από προηγούμενη επιλογή τους από τη Διάσκεψη των Προέδρων της Βουλής με την αυξημένη πλειοψηφία των τεσσάρων πέμπτων των μελών της. Ως μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. επιλέγονται πρόσωπα εγνωσμένου κύρους, που απολαύουν ευρείας κοινωνικής αποδοχής και διακρίνονται για την επιστημονική τους κατάρτιση και την επαγγελματική τους ικανότητα στον τεχνικό, οικονομικό ή νομικό τομέα.

Η θητεία του Προέδρου και των μελών της Ε.Ε.Τ.Τ. είναι πενταετής. Δεν επιτρέπεται ο διορισμός των μελών της Ε.Ε.Τ.Τ. για περισσότερο από δύο (2) θητείες.

3.2.3.2. Κωλύματα διορισμού των μελών της Ε.Ε.Τ.Τ. και ασυμβίβαστα

Ανακαλείται αυτοδικαίως ο διορισμός μέλους, το οποίο απουσίασε αδικαιολόγητα από τρεις διαδοχικές συνεδριάσεις της Επιτροπής. Για το υπόλοιπο της θητείας του αποχωρούντος διορίζεται νέο μέλος, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 3 του Ν. 2867/2000.

Τα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. εκπίπτουν αυτοδικαίως στην περίπτωση που έχει εκδοθεί εις βάρος τους τελεσίδικη καταδικαστική απόφαση για αδίκημα που συνεπάγεται κώλυμα διορισμού ή έκπτωση δημοσίου υπαλλήλου σύμφωνα με τις διατάξεις του Υπαλληλικού Κώδικα.

Ο Πρόεδρος και οι Αντιπρόεδροι της Ε.Ε.Τ.Τ. είναι δημόσιοι λειτουργοί πλήρους απασχόλησης. Κατά τη διάρκεια της θητείας τους αναστέλλεται η άσκηση οποιουδήποτε άλλου δημόσιου λειτουργήματος. Ο Πρόεδρος και οι Αντιπρόεδροι της Ε.Ε.Τ.Τ. δεν επιτρέπεται να ασκούν καμία επαγγελματική δραστηριότητα ή να αναλαμβάνουν άλλα καθήκοντα, αμειβόμενα ή μη στο δημόσιο ή ιδιωτικό τομέα με εξαίρεση διδακτικά καθήκοντα μελών Δ.Ε.Π. Α.Ε.Ι. υπό καθεστώς μερικής απασχόλησης. Κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους, τα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. δεσμεύονται από το νόμο, έχουν δε υποχρέωση τήρησης των αρχών της αντικειμενικότητας και αμεροληψίας. Ο Πρόεδρος, οι Αντιπρόεδροι και τα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. υποχρεούνται στην τήρηση εμπιστευτικότητας εμπορικών πληροφοριών για τέσσερα (4) έτη μετά την εκούσια ή ακούσια αποχώρησή τους από την Ε.Ε.Τ.Τ.

Στον Πρόεδρο, τους Αντιπροέδρους και στα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ., στο προσωπικό της, καθώς και στο προσωπικό της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνιών του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών απαγορεύεται ο άμεσος ή έμμεσος προσπορισμός οποιουδήποτε οφέλους από τηλεπικοινωνιακές, ταχυδρομικές επιχειρήσεις ή από τρίτους που επηρεάζονται άμεσα από τη δραστηριότητά τους.

3.2.3.3. Λειτουργία της Ε.Ε.Τ.Τ.

Η Ε.Ε.Τ.Τ. συνέρχεται στην έδρα της ή ενδεχομένως και εκτός αυτής, αν τούτο έχει οριστεί προηγουμένως, τακτικώς μεν τουλάχιστον μία φορά το μήνα και εκτάκτως όταν ζητηθεί από τον Πρόεδρο αυτής ή από τέσσερα (4) τουλάχιστον μέλη αυτής. Η Ε.Ε.Τ.Τ. συνεδριάζει νομίμως, εφόσον μετέχουν στη συνεδρίαση ο Πρόεδρος ή ο αρμόδιος για θέματα της ημερήσιας διάταξης (τηλεπικοινωνιών ή ταχυδρομικών υπηρεσιών) Αντιπρόεδρος και τέσσερα (4) τουλάχιστον μέλη, αποφασίζει δε με απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων μελών. Σε περίπτωση ισοψηφίας υπερισχύει η γνώμη του Προέδρου ή, απουσιάζοντος του Αντιπροέδρου.

Τα μέλη της Ε.Ε.Τ.Τ. κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους ενεργούν συλλογικά. Με απόφαση της Ε.Ε.Τ.Τ. ανατίθενται στον Πρόεδρο ή στα μέλη ή στα μέλη του προσωπικού της, συγκεκριμένα καθήκοντα διοίκησης ή και διαχείρισης. Η Ε.Ε.Τ.Τ. εκπροσωπείται έναντι τρίτων δικαστικώς και εξωδίκως από τον Πρόεδρό της και όταν αυτός κωλύεται από τον αρμόδιο Αντιπρόεδρο. Σε περίπτωση κωλύματος του τελευταίου, η Ε.Ε.Τ.Τ. ορίζει με απόφασή της το μέλος που θα την εκπροσωπεί για συγκεκριμένη πράξη ή ενέργεια ή κατηγορία πράξεων ή ενεργειών.

3.2.4. Αρμοδιότητες της Ε.Ε.Τ.Τ.

Η Ε.Ε.Τ.Τ. έχει τις ακόλουθες αρμοδιότητες σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν 2867/2000 :

- α. Καταρτίζει και τροποποιεί το Εθνικό Σχέδιο Αριθμοδότησης (Ε.Σ.Α.) και εκχωρεί αριθμούς ή ομάδες αριθμών στους Τηλεπικοινωνιακούς Οργανισμούς και στους Παρόχους Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών και καθορίζει τα τέλη εκχώρησης και χρήσης των αριθμών. Κανονίζει τα της Φορητότητας των Αριθμών Κλήσης και της Προεπιλογής Φορέα. Επίσης, ρυθμίζει τα θέματα του διαδικτύου και εκχωρεί ονόματα χώρου (domain name) με κατάληξη «.gr».
- β. Ασχολείται με τα θέματα του Τερματικού Εξοπλισμού κατά τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας.
- γ. Χορηγεί, ανανεώνει, τροποποιεί, αναστέλλει, παρατείνει και ανακαλεί τις Ειδικές Άδειες, εγκρίνει δε την εκμίσθωση, παραχώρηση χρήσης, μεταβίβαση ή συνεκμετάλλευση αυτών.
- δ. Διενεργεί τους διαγωνισμούς για τη χορήγηση Ειδικών Αδειών Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών, καθορίζοντας τους σχετικούς όρους.
- ε. Διαβιβάζει, εφόσον της ζητηθεί από τους ενδιαφερόμενους κατόχους Ειδικών Αδειών, στις αρμόδιες υπηρεσίες του ευρύτερου δημόσιου τομέα – το ταχύτερο δυνατόν – τις αιτήσεις των τηλεπικοινωνιακών επιχειρήσεων για τη λήψη των απαραίτητων (για την άσκηση της συγκεκριμένης δραστηριότητάς τους) αδειών και εγκρίσεων από άλλους φορείς, προς διευκόλυνση της μονοαπευθυντικής διαδικασίας έκδοσης Αδειών και προβαίνει σε κάθε απαιτούμενη σχετική ενέργεια για διευκόλυνση των διαδικασιών και των αδειοδοτήσεων.
- στ. Ρυθμίζει τα θέματα των Γενικών Αδειών και ελέγχει την τήρηση των όρων τους.
- ζ. Καταρτίζει τον ετήσιο κατάλογο των Οργανισμών με Σημαντική Θέση στην Αγορά και καθορίζει τις ειδικότερες υποχρεώσεις των οργανισμών αυτών, σύμφωνα με το εθνικό και κοινοτικό δίκαιο.

- η. Ορίζει με απόφασή της τις προϋποθέσεις Παροχής Ανοιχτού Δικτύου* και τους περιορισμούς πρόσβασης στα Δημόσια Τηλεπικοινωνιακά Δίκτυα λόγω Ουσιωδών Απαιτήσεων.
- θ. Ορίζει με απόφασή της το αργότερο εντός τριών (3) μηνών από τη θέση σε ισχύ του παρόντος νόμου, τις αρχές κοστολόγησης για την πρόσβαση και χρήση του Τοπικού Βρόχου**, για τις Μισθωμένες Γραμμές*** και για τη Διασύνδεση****.
- ι. Καταρτίζει τον κατάλογο των οργανισμών που υποχρεούνται να παρέχουν Μισθωμένες Γραμμές, ορίζει τις κατηγορίες Μισθωμένων Γραμμών, κατά τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και ασκεί την εποπτεία σχετικά με τις Μισθωμένες Γραμμές.
- ια. Ασκεί κάθε αρμοδιότητα σε σχέση με την εφαρμογή της Καθολικής Υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένου και του καθορισμού του μηχανισμού χρηματοδότησής της.
- ιβ. Εκδίδει κανονισμούς για τις αρχές τιμολόγησης που οφείλουν να ακολουθούν οι Τηλεπικοινωνιακοί Οργανισμοί και δημοσιεύει εκθέσεις για την εξέλιξη των τιμολογίων των Τηλεπικοινωνιακών Οργανισμών και, κατά το μέτρο που αυτό επιτρέπεται από την κείμενη νομοθεσία, ελέγχει τα συστήματα κοστολόγησης των Τηλεπικοινωνιακών Οργανισμών.
- ιγ. Εκδίδει τους Κώδικες Δεοντολογίας που διέπουν την άσκηση τηλεπικοινωνιακών δραστηριοτήτων.
- ιδ. Μεριμνά για την τήρηση της νομοθεσίας περί τηλεπικοινωνιών, περιλαμβανομένων και θεμάτων ανταγωνισμού που ανακύπτουν κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων των τηλεπικοινωνιακών επιχειρήσεων. Στην τελευταία περίπτωση η Ε.Ε.Τ.Τ. μπορεί να ζητά τη συνδρομή της Επιτροπής Ανταγωνισμού ή να παραπέμπει σε αυτήν το θέμα.

* «Παροχή Ανοιχτού Δικτύου», είναι η ελεύθερη και αποτελεσματική πρόσβαση στα Δημόσια Τηλεπικοινωνιακά Δίκτυα και τις Δημόσιες Τηλεπικοινωνιακές Υπηρεσίες, κατά τις διατάξεις της εκάστοτε ισχύουσας νομοθεσίας και η αποτελεσματική χρήση των εν λόγω δικτύων και υπηρεσιών.

** «Τοπικός Βρόχος», είναι η ενσύρματη σύνδεση από χαλκό μεταξύ του Τερματικού Σημείου και του τοπικού κέντρου μεταγωγής του Τηλεπικοινωνιακού Οργανισμού.

*** «Μισθωμένες Γραμμές», είναι τα τηλεπικοινωνιακά μέσα-διευκολύνσεις που παρέχονται στο πλαίσιο της δημιουργίας, ανάπτυξης και εκμετάλλευσης του Δημοσίου Τηλεπικοινωνιακού Δικτύου, 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).

**** «Διασύνδεση», είναι η φυσική και λογική σύνδεση Τηλεπικοινωνιακών Δικτύων που χρησιμοποιούνται από τον ίδιο ή διαφορετικό Τηλεπικοινωνιακό Οργανισμό προκειμένου να παρέχεται στους Χρήστες ενός Τηλεπικοινωνιακού Οργανισμού η δυνατότητα να επικοινωνούν με Χρήστες του ίδιου ή άλλου Τηλεπικοινωνιακού Οργανισμού ή να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες που παρέχονται από άλλο Τηλεπικοινωνιακό Οργανισμό. Οι υπηρεσίες μπορούν να παρέχονται από τα ενεχόμενα μέρη ή από τρίτους που έχουν πρόσβαση στο δίκτυο.

- ιε. Γνωμοδοτεί για τη λήψη νομοθετικών μέτρων με σκοπό την απρόσκοπτη και αποδοτική ανάπτυξη του τομέα των τηλεπικοινωνιών.
- ιστ. Προβαίνει στην απονομή και εκχώρηση μεμονωμένων ραδιοσυχνοτήτων ή ζωνών ραδιοσυχνοτήτων, με την επιφύλαξη των θεμάτων της τηλεπικοινωνιακής πολιτικής που αφορούν την εθνική άμυνα, για τα οποία αρμόδια είναι από κοινού το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών και το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας.
- ιζ. Διαχειρίζεται το φάσμα των ραδιοσυχνοτήτων.
- ιη. Εκδίδει τον Εθνικό Κανονισμό Ραδιοεπικοινωνιών και τηρεί μητρώο εκχωρουμένων ραδιοσυχνοτήτων (Εθνικό Μητρώο Ραδιοσυχνοτήτων).
- ιθ. Εποπτεύει και ελέγχει τη χρήση του φάσματος ραδιοσυχνοτήτων και επιβάλλει τις σχετικές κυρώσεις, με την επιφύλαξη των διατάξεων της ισχύουσας ραδιοηλεκτρονικής νομοθεσίας που προβλέπουν την επιβολή διοικητικών κυρώσεων για κάθε είδους παρεμβολές κατά την εκπομπή ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών προγραμμάτων.
- κ. Χορηγεί τις άδειες κατασκευής κεραιών σταθμών στην ξηρά, ασκώντας όλες τις αρμοδιότητες που αναφέρονται στο άρθρο 1 του Ν. 2801/2000, πλην αυτών που αφορούν τα πάγκα κεραιών και αυτών της περίπτωσης ΙΑ' της παρ. 2 του άρθρου 1 του Ν. 2801/2000.
- κα. Ελέγχει την τήρηση εκ μέρους των τηλεπικοινωνιακών επιχειρήσεων των διατάξεων της κείμενης νομοθεσίας και των όρων των αδειών.
- κβ. Ελέγχει τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών Φωνητικής Τηλεφωνίας και Κινητής Επικοινωνίας που υποβάλλουν ενώπιόν της οι Τηλεπικοινωνιακοί Οργανισμοί και οι Πάροχοι Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών. Ελέγχει και διασφαλίζει την προστασία των δικαιωμάτων των Χρηστών.
- κγ. Ελέγχει τις συμβάσεις Διασύνδεσης μεταξύ Τηλεπικοινωνιακών Οργανισμών.
- κδ. Διαβιβάζει (στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της) στην Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων κάθε πληροφορία που απαιτείται, σύμφωνα με την κοινοτική νομοθεσία περί τηλεπικοινωνιών, ή κάθε άλλη πληροφορία που η Ε.Ε.Τ.Τ. ή η Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων θεωρεί χρήσιμη για τη διαπίστωση της τήρησης της κοινοτικής νομοθεσίας περί τηλεπικοινωνιών εντός της Ελληνικής Επικράτειας.
- κε. Συνεργάζεται με διεθνείς φορείς και εκπροσωπεί την Ελλάδα σε διεθνείς οργανισμούς και συναντήσεις για θέματα της αρμοδιότητάς της, εκτός εάν άλλως ορίζεται από διεθνείς συμβάσεις.
- κστ. Προβαίνει στη διαπίστωση των φορέων που παρέχουν πιστοποίηση ηλεκτρονικής υπογραφής.

κζ. Εκδίδει τον Κανονισμό λειτουργίας της, που ρυθμίζει τα θέματα σύγκλησης, απαρτίας και λήψης αποφάσεων.

κη. Εκδίδει κανονιστικές ή ατομικές πράξεις, δημοσιευόμενες στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, δια των οποίων ρυθμίζεται κάθε διαδικασία και λεπτομέρεια σε σχέση με τις ανωτέρω αρμοδιότητές της.

3.3 Ειδικότερα οι άδειες κινητής τηλεφωνίας

3.3.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία υπάρχουν δύο είδη τηλεπικοινωνιακών αδειών, οι οποίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε Γενικές και Ειδικές Άδειες. Οι Ειδικές Άδειες χορηγούνται όποτε απαιτείται δικαίωμα διέλευσης για ανάπτυξη τηλεπικοινωνιακής υποδομής, ή όποτε η παροχή υπηρεσιών απαιτεί τη χρησιμοποίηση σπάνιων πόρων. Οι άδειες για την παροχή κινητών υπηρεσιών είναι Ειδικές Άδειες.⁴

Οι Ειδικές Άδειες διαιρούνται στις εξής κατηγορίες:

- α. Ειδική Άδεια εγκατάστασης τηλεπικοινωνιακού δικτύου
- β. Ειδική Άδεια παροχής δορυφορικών υπηρεσιών
- γ. Ειδική Άδεια παροχής υπηρεσιών κινητών ραδιοεπικοινωνιών
- δ. Ειδική Άδεια παροχής υπηρεσιών σταθερών ραδιοεπικοινωνιών
- ε. Ειδική Άδεια παροχής φωνητικής τηλεφωνίας, για την οποία θα ακολουθήσει εκχώρηση συνδρομητικών αριθμών από το Εθνικό Σύστημα Αριθμοδότησης (ΕΣΑ).
- στ. Ειδική Άδεια παροχής υπηρεσιών, οι οποίες δεν εμπίπτουν στα ανωτέρω εδάφια β, γ, δ και ε.

3.3.2 Χορήγηση Ειδικών Αδειών

Κατ' εφαρμογή των διατάξεων περί χορηγήσεως Ειδικών Αδειών, σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 2867/2000, η ΕΕΤΤ υποχρεούται να χορηγήσει την Ειδική Άδεια εντός έξι (6) εβδομάδων από την κατάθεση πλήρους αίτησης, σύμφωνα με την παράγρ. 2 του παρόντος άρθρου και υπό την προϋπόθεση ότι δεν συντρέχει λόγος απόρριψης, σύμφωνα με το άρθρο 6, παράγρ. 4 του Ν. 2867/2000.

Η αίτηση για χορήγηση Ειδικής Άδειας απορρίπτεται για τους λόγους που περιοριστικά αναφέρονται στο άρθρο 6, παράγρ. 4 του Ν. 2867/2000 και συγκεκριμένα:

- α. όταν, βάσει του Εθνικού Κανονισμού Κατανομής Ζωνών Συχνότητας (ΕΚΚΖΣ) και του Εθνικού Μητρώου Ραδιοσυχνοτήτων (EMP), δεν υπάρχει

- άλλη διαθέσιμη ραδιοσυχνότητα για την παροχή της συγκεκριμένης Τηλεπικοινωνιακής Υπηρεσίας,
- β. όταν η ενδιαφερόμενη Τηλεπικοινωνιακή Επιχείρηση δεν παρέχει στην ΕΕΤΤ τις απαιτούμενες από το Παράρτημα Α του Κανονισμού 207/2 (ΦΕΚ 195/Β/01-03-2001) πληροφορίες ή/και έγγραφα,
 - γ. όταν υπάρχουν βάσιμες ενδείξεις ότι η ενδιαφερόμενη Τηλεπικοινωνιακή Επιχείρηση δεν διαθέτει, σύμφωνα με το Παράρτημα Α του παραπάνω Κανονισμού, την απαιτούμενη αξιοπιστία και φερεγγυότητα ή το ελάχιστο απαιτούμενο κεφάλαιο, την οικονομική δυνατότητα για το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης ή την εμπειρία και τεχνογνωσία, η οποία εγγυάται την ορθή εφαρμογή των όρων χορήγησης της Ειδικής Άδειας,
 - δ. όταν υπάρχουν βάσιμες ενδείξεις ότι από τη χορήγηση της Ειδικής Άδειας τίθεται σε κίνδυνο η δημόσια τάξη, ασφάλεια ή υγεία,
 - ε. όταν θίγεται η ανάπτυξη του υγιούς ανταγωνισμού.

Ο αριθμός των Ειδικών Αδειών μπορεί να περιοριστεί μόνο στο βαθμό που απαιτείται για τη διασφάλιση της αποδοτικής χρήσης των ραδιοσυχνοτήτων ή για όσο χρονικό διάστημα απαιτείται για να εξασφαλιστεί η παροχή επαρκών αριθμών, λαμβανομένης υπόψη της μεγιστοποίησης του οφέλους των Χρηστών και της διευκόλυνσης της ανάπτυξης του ανταγωνισμού, ύστερα από απόφαση του Υπουργού Μεταφορών και Επικοινωνιών, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Με την ίδια απόφαση καθορίζεται το είδος του διαγωνισμού. Όταν διαπιστωθεί ότι είναι δυνατή η αύξηση του αριθμού των σχετικών Ειδικών Αδειών, ο Υπουργός Μεταφορών και Επικοινωνιών, με την ίδια διαδικασία, τροποποιεί ανάλογα την απόφασή του περί περιορισμού του αριθμού των Ειδικών Αδειών και ορίζει το είδος του τυχόν νέου διαγωνισμού. Με απόφαση του Υπουργού Μεταφορών και Επικοινωνιών, και μετά από εισήγηση της Ε.Ε.Τ.Τ., καθορίζεται διαδικασία δημόσιας διαβούλευσης που διενεργείται από την Ε.Ε.Τ.Τ. και η οποία προηγείται της διαδικασίας χορήγησης Ειδικών Αδειών σε συνθήκες περιορισμού του αριθμού τους. Η τελευταία αυτή απόφαση θα δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως εντός μηνός από τη θέση σε ισχύ του παρόντος νόμου.

Η Ειδική Άδεια δεν μπορεί να εκδίδεται για διάρκεια μικρότερη από δεκαπέντε (15) και μεγαλύτερη από είκοσι (20) έτη και περιλαμβάνει όρους υπό τους οποίους ασκούνται οι τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες για τις οποίες εκδίδεται η Ειδική Άδεια.

Η Ειδική Άδεια είναι αυστηρά προσωπική. Η Ειδική Άδεια μπορεί να μεταβιβαστεί μόνο με έγκριση της Ε.Ε.Τ.Τ., ύστερα από την υποβολή της σχετικής αίτησης από την αδειοδοτημένη επιχείρηση και εφόσον, αφ' ενός μεν, παρασχεθούν τα εχέγγυα στην Ε.Ε.Τ.Τ. ότι οι όροι της Ειδικής Άδειας θα πληρούνται και από το νέο δικαιούχο, ο οποίος πρέπει να έχει τουλάχιστον τα ίδια προσόντα με αυτά που είχε ο κάτοχος της Άδειας κατά το χρόνο χορήγησής της και, αφ' ετέρου δε, δεν παραβιάζονται οι διατάξεις για την προστασία του ανταγωνισμού.

Απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο εκμίσθωση ή συνεκμετάλλευση της χορηγούμενης Ειδικής Άδειας με τρίτους ή η μεταβολή της σύνθεσης του εταιρικού κεφαλαίου της τηλεπικοινωνιακής επιχείρησης που οδηγεί σε άμεση ή

έμμεση αλλαγή ελέγχου της διοίκησής της χωρίς προηγούμενη έγκριση της Ε.Ε.Τ.Τ., σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν 2867/2000.

3.3.3 Ανάκληση Ειδικών Αδειών

Η Ε.Ε.Τ.Τ. μπορεί να ανακαλέσει ολικά ή μερικά, να καταργήσει ή να αναστείλει κάθε Ειδική Άδεια, τηρουμένης της αρχής της αναλογικότητας, στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- α. αν ο δικαιούχος της Άδειας αθετεί τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται είτε από την Άδειά του είτε από τις διατάξεις του Ν. 2867/2000 ή του Κανονισμού 207/2 (ΦΕΚ 195/Β/01-03-2001) είτε από τις Αποφάσεις της Ε.Ε.Τ.Τ. ή ιδίως αν ο δικαιούχος της Άδειας υποπέσει σε σοβαρές και επανειλημμένες παραβάσεις της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού, της νομοθεσίας περί απορρήτου των τηλεπικοινωνιών καθώς και της νομοθεσίας περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων ή του ποινικού δικαίου που σχετίζονται με τις τηλεπικοινωνίες,
- β. αν συντρέχει στο πρόσωπο του δικαιούχου της Άδειας ή τρίτου, ο οποίος έχει αποκτήσει δικαιώματα χρήσης ή εκμετάλλευσης της Άδειας, σύμφωνα με το άρθρο 6, παράγρ. 6 του Ν. 2867/2000, κάποιος από τους λόγους που αναφέρονται στο άρθρο 6, παράγρ. 4 του Ν. 2867/2000.

Η Ε.Ε.Τ.Τ. μπορεί να ανακαλέσει, να καταργήσει ή να αναστείλει κάθε Άδεια, σύμφωνα με την προηγούμενη παράγραφο, εφόσον η σχετική Απόφαση δεν παραβιάζει την αρχή της προστατευόμενης εμπιστοσύνης του δικαιούχου ή την αρχή της αναλογικότητας.

Η Άδεια λήγει:

- α. με το πέρας της χρονικής περιόδου ισχύος της και εφόσον δεν παραταθεί ή ανανεωθεί,
- β. σε περίπτωση ανάκλησής της, σύμφωνα με την παράγρ. 1 του παρόντος άρθρου,
- γ. σε περίπτωση παραίτησης του δικαιούχου της.

Λήξη της Ειδικής Άδειας, κατά οποιοδήποτε τρόπο, συνεπάγεται και άρση της απονομής του φάσματος ραδιοσυχνοτήτων που απονεμήθηκαν με την Ειδική Άδεια και λήξη της εκχώρησης ραδιοσυχνοτήτων ή εκχώρησης/δέσμευσης αριθμών που τυχόν γίνει συνεπεία της Ειδικής Άδειας.⁵

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΕΕΤΤ, Διαδικασία Χορήγησης Αδειών για παροχή Κινητών Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών 3^{ης} και 2^{ης} Γενιάς, Μαρούσι, Μάιος 2001, σελ. 22
2. Ελληνικό Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών & Ερευνών (ΕΚΕΜΕ), Κοινοτικές και Εθνικές Ρυθμίσεις στον Τομέα των Τηλεπικοινωνιών, Εξελίξεις και προοπτικές, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα - Κομοτηνή, 1998, σελ. 135
3. Ι. Καρακώστας, Το δίκαιο των Μ.Μ.Ε., Εκδόσεις Σάκκουλα, 1998, σελ. 47
4. ΕΕΤΤ, ο.π. σελ. 12
5. Κανονισμός Ειδικών Αδειών, 207/2, ΦΕΚ 195/Β/01-03-2001

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Εισαγωγή

Στην Ελλάδα έχουν χορηγηθεί τρεις άδειες δικτύων κινητών επικοινωνιών δεύτερης γενιάς. Οι δύο απένειμαν ραδιοσυχνότητες στην φασματική περιοχή GSM 900 και έχουν χορηγηθεί στις εταιρείες Panafon και Telestet και η τρίτη απένειμε ραδιοσυχνότητες στην φασματική περιοχή GSM 1800 και χορηγήθηκε στην Cosmote.

Ο Πίνακας 1, παρουσιάζει τους υπάρχοντες παρόχους δικτύων κινητών υπηρεσιών δεύτερης γενιάς στην Ελλάδα.

Πίνακας 1 – Πάροχοι Δικτύων Κινητών Υπηρεσιών

	PANAFON	ΟΤΕ	TELESTET
Ημερομηνία απονομής της άδειας	30 Σεπτ. 1992	Δεκεμ. 1995	30 Σεπτ. 1992
Μεταβίβαση της άδειας στην Cosmote		Μάιος 1997	
Ημερομηνία έναρξης	1-7-1993	6-4-1998	29-6-1993

Πηγή : ΕΕΤΤ, “Απονομή Φάσματος Ραδιοσυχνοτήτων στις Ζώνες Κινητών Επικοινωνιών 2^{ης} & 3^{ης} Γενιάς στην Ελλάδα”

Στην Ελλάδα σήμερα, δεν παρέχονται υπηρεσίες δικής ζώνης (με χρήση ραδιοσυχνοτήτων και στις δύο φασματικές περιοχές GSM 900 και GSM 1800).

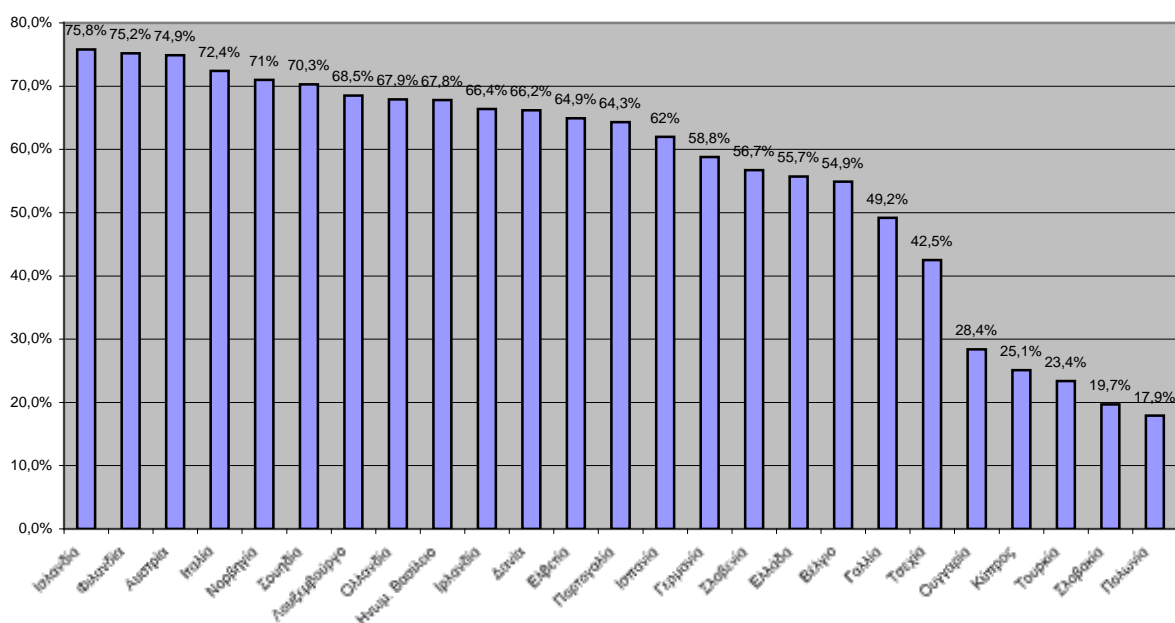
1. Παρεχόμενες Υπηρεσίες

Οι πάροχοι δικτύων κινητών υπηρεσιών δεύτερης γενιάς στην Ελλάδα είναι εξουσιοδοτημένοι να παρέχουν μέσω των δικτύων τους τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Αποστολής τερματισμού και μεταφοράς όλων των τηλε-υπηρεσιακών, κομιστικών υπηρεσιών (bearer services) και συμπληρωματικών υπηρεσιών.
- Κυψελοειδείς Υπηρεσίες σε χρήστες άλλων κυψελοειδών κινητών συστημάτων (συμπεριλαμβανομένων και διεθνών υπηρεσιών περιαγωγής).
- Εκμίσθωση πλεονάζουσας χωρητικότητας σε μικροκυματικές ή καλωδιακές εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνται για τη σύνδεση σημείων μεταγωγής του δικτύου κορμού τους.

4.2 Διείσδυση Αγοράς

Στο Σχήμα 1 παρουσιάζεται η διείσδυση των κινητών επικοινωνιών σε διάφορες Ευρωπαϊκές χώρες το έτος 2000.



Διάγραμμα 1 – Διείσδυση Κινητών Επικοινωνιών στην Ευρώπη το έτος 2000

Πηγή : ΕΕΤΤ, “Απονομή Φάσματος Ραδιοσυχνοτήτων στις Ζώνες Κινητών Επικοινωνιών 2^{ης} & 3^{ης} Γενιάς στην Ελλάδα”

Στην Ελλάδα που ο πληθυσμός ανέρχεται σε περίπου 10,5 εκατομμύρια κατοίκους, μέχρι το τέλος του 2000 ο συνολικός αριθμός των συνδρομητών

κινητών επικοινωνιών ήταν περίπου 5,9 εκατομμύρια με αποτέλεσμα η διείσδυση των κινητών επικοινωνιών να ανέρχεται σε ποσοστό 55,7%.¹

Η αύξηση των συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας σε έξι εκατομμύρια περίπου το έτος 2000 ήταν σημαντική έναντι των 3.903.954 το 1999 και των 2.056.082 συνδρομητών το 1998.

Η τάση αυτή της κινητής τηλεφωνίας που διακατέχει πλέον τους Έλληνες ερμηνεύεται από το γεγονός, στοιχείο που απορρέει από έρευνα της EETT, ότι μεταξύ του Αυγούστου του 1999 και του Αυγούστου του 2000 η αύξηση διείσδυσης των κινητών υπηρεσιών ήταν 111%, ποσοστό που την περίοδο εκείνη ήταν το μεγαλύτερο μεταξύ όλων των χωρών-μελών της Ε.Ε.

Η αύξηση διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας αναμένεται όμως να παρουσιάσει ιδιαίτερα ανοδική πορεία και σύμφωνα με προβλέψεις της Merrill Lynch να προσεγγίσει το 80% μέχρι το έτος 2003, παρ' όλο που το ποσοστό διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στο τέλος του 2000 (55,7%) στη χώρα μας ήταν ελαφρώς μικρότερο από τον μέσο όρο της Ε.Ε. και κοντά στο μέσο όρο διείσδυσης της Ευρώπης.

Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ισλανδία με ποσοστό 75,8% και ακολουθούν η Φιλανδία με 75,2% και η Αυστρία με 74,9%.²

4.3 Χαρακτηριστικά της ελληνικής αγοράς κινητής τηλεφωνίας

- Οι Έλληνες αλλάζουν τις συσκευές τους τρεις φορές συχνότερα από τους Ευρωπαίους.
- Η Ελλάδα παρουσιάζει υψηλό ποσοστό διείσδυσης υπηρεσιών SMS.
- Οι υπηρεσίες roaming προσαυξάνουν σημαντικά τα έσοδα των παρόχων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.
- Οι ετήσιες αφίξεις τουριστών υπερβαίνουν τα δέκα εκατομμύρια & αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω, ενώ επιπλέον οι τουρίστες προβλέπεται ότι θα έχουν υψηλότερες απαιτήσεις όσον αφορά τις υπηρεσίες παροχής πληροφοριών σε σύγκριση με το μέσο χρήστη κινητής τηλεφωνίας.³

Οι κυριότεροι παράγοντες που οδηγούν στην αυξανόμενη ζήτηση των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας αναφέρονται παρακάτω:

- Τα κινητά τηλέφωνα θεωρούνται ολοένα και περισσότερο αναγκαία αγαθά, καθώς παρέχουν ευελιξία κινήσεων και επικοινωνίας.
- Η προώθηση της καρτοκινητής τηλεφωνίας (A la Carte, B Free, COSMOKAPTA) με σημαντική απήχηση στους πελάτες χαμηλής χρήσης.
- Η κινητή τηλεφωνία γίνεται προσωπική τηλεφωνία, με αποτέλεσμα να υπάρχουν περισσότερα από ένα κινητά τηλέφωνα σε μια οικογένεια.
- Η απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών από το 2001, η οποία θα συνοδευτεί από περαιτέρω αύξηση της διαφημιστικής δαπάνης και διεύρυνση της αγοράς.
- Το κινητό τηλέφωνο τείνει να γίνει ένα μικρό φορητό computer, λαμβάνοντας και στέλνοντας e-mail, καθώς και εκτελώντας διάφορες άλλες εργασίες.

- Η μείωση κόστους υπηρεσιών.

Σήμερα, η συμπόρευση με την πληροφορική έχει δημιουργήσει νέες υπηρεσίες και δυνατότητες, με μικρό σχετικά κόστος για τους χρήστες. Το WAP (Wireless Application Protocol) και η τεχνολογία GPRS, ως πρόδρομος της «τρίτης γενιάς» κινητών, συνδέει το κινητό με το διαδίκτυο και τις αγορές που αυτό συνεπάγεται. Η απλή συσκευή μεταφοράς φωνής μεταμορφώνεται σταδιακά σε ένα πολυλειτουργικό εργαλείο που θα ενσωματώνει λειτουργίες υπολογιστή, μόντεμ, ραδιοφώνου και τηλεόρασης.

Πέραν λοιπόν από την αύξηση του βαθμού διείσδυσης (penetration rate), η αγορά κινητής τηλεφωνίας θα χαρακτηρίζεται κυρίως από αύξηση της χρήσης των κινητών τηλεφώνων καθώς οι καταναλωτές θα μπορούν να απολαμβάνουν πολλές παραπάνω υπηρεσίες, από συχνές αντικαταστάσεις συσκευών, καθώς θα υπάρχει αντικατάσταση μοντέλων με άλλα πιο αναβαθμισμένα και από συχνές «μετακινήσεις» των συνδρομητών, αφού συνεχώς τα δίκτυα και κατ' επέκταση οι εμπορικοί συνεργάτες θα εισάγουν νέες υπηρεσίες και οικονομικά πακέτα, πολλά από τα οποία θα στοχεύουν σε ειδικές ομάδες χρηστών. Ως εκ τούτου, η αγορά κινητής τηλεφωνίας αναμένεται στο μέλλον να συνεχίσει να είναι ιδιαίτερα δυναμική.⁴

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΕΕΤΤ, Απονομή Φάσματος Ραδιοσυχνοτήτων στις Ζώνες Κινητών Επικοινωνιών 2^{ης} και 3^{ης} Γενιάς στην Ελλάδα, Μαρούσι, 23 Φεβρουαρίου 2001, σελ. 8
2. Βασ. Σιάσσοσ, Εφημ. Εξπρές, Τηλεπικοινωνίες Κινητή Τηλεφωνία, Έτος 39^ο, Απρίλιος 2001, σελ. 11
3. ΕΕΤΤ, Διαδικασία Χορήγησης Αδειών για παροχή Κινητών Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών 3^{ης} και 2^{ης} Γενιάς, Μαρούσι, Μάιος 2001, σελ. 16
4. Cosmote, Έκθεση Πεπραγμένων 1999, Αθήνα, Σεπτέμβριος 2000, σελ. 101

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ PANAΦΟΝ – VODAFONE*¹

5.1 Γενικά

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1992 στην Αθήνα ως Ανώνυμος εταιρεία με την επωνυμία «ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ» (η «εταιρεία») και το διακριτικό τίτλο «PANAΦΟΝ» σε λατινικούς χαρακτήρες (ΦΕΚ 750/18-3-92) και εγγράφηκε στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών με Αριθμό Μ.Α.Ε. 26089/01/Β/92/175. Έδρα της εταιρείας ορίστηκε ο Δήμος Αθηναίων και η διάρκειά της ορίστηκε σε πενήντα (50) έτη (μέχρι το 2042). Το 1998 η έδρα της εταιρείας μεταφέρθηκε στο Δήμο Αμαρουσίου.² Από το Δεκέμβριο του 1998 οι μετοχές της Panafon άρχισαν να διαπραγματεύονται στα Χρηματιστήρια Αξιών Αθηνών και Λονδίνου. Το Νοέμβριο του 1999, έγινε μια δεύτερη προσφορά μετοχών, με την οποία αυξήθηκε το ποσοστό που ανήκει στο ευρύ επενδυτικό κοινό από 15% σε 32%.³

Η Panafon-Vodafone είναι εταιρεία παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας βάσει άδειας λειτουργίας κυψελοειδούς τηλεπικοινωνιακού δικτύου GSM, την οποία έλαβε, κατόπιν διαγωνισμού, από την Ελληνική Δημοκρατία τον Σεπτέμβριο του 1992 (ΦΕΚ 587/30-9-92). Η άδεια είναι εικοσαετούς διάρκειας (μέχρι το 2012). Η εταιρεία προσφέρει το πλήρες φάσμα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με βάση το σύστημα GSM 900, συμπεριλαμβανομένων πολλών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (όπως η υπηρεσία έξυπνου προσωπικού τηλεφωνητή, η υπηρεσία αποστολής/λήψης γραπτών μηνυμάτων (SMS), η κλήση μέσω τηλεφωνικού κέντρου και η αποστολή/λήψη δεδομένων και fax). Επίσης, παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της να χρησιμοποιούν υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και στο εξωτερικό, σε 102 χώρες, μέσω των 212 διεθνών συμβάσεων περιαγωγής (roaming) που είχε συνάψει ως τον Δεκέμβριο 2000.

* Από 21/1/2002 η Panafon-Vodafone αλλάζει την εμπορική της επωνυμία σε Vodafone. Η συγκεκριμένη αλλαγή, ένα χρόνο μετά την υιοθεσία της διπλής ονομασίας που εισήγαγε σταδιακά το brand Vodafone στην Ελληνική αγορά και στη συνείδηση των καταναλωτών, πραγματοποιείται σύμφωνα με την παγκόσμια στρατηγική της Vodafone που στοχεύει μέχρι το 2004 το brand της να περιλαμβάνεται στα 10 πιο αναγνωρίσιμα στον κόσμο. Η Vodafone έχει παρουσία σε 28 χώρες και παρέχει τις υπηρεσίες της σε περισσότερους από 95,6 εκατομμύρια συνδρομητές.¹

Την 15^η Δεκεμβρίου 2000, η Panafon-Vodafone έλαβε, κατόπιν πλειοδοτικού διαγωνισμού, άδεια LMDS (ασύρματη σταθερή τηλεφωνία) στη ζώνη των 26 GHz. Το τίμημα που καταβλήθηκε ανήλθε στο ποσό των 2,77 δισ. δρχ. και το διατιθέμενο φάσμα είναι της τάξης του 2x56 MHz.

Κατόπιν πλειοδοτικού διαγωνισμού, η εταιρεία και το Ελληνικό Δημόσιο υπέγραψαν Σύμβαση Παραχώρησης την 14/9/92 η οποία παραχωρεί στην εταιρεία συγκεκριμένες συχνότητες σύμφωνα με τους όρους της Άδειας. Σύμφωνα με την Άδεια, η εταιρεία μπορεί να εγκαταστήσει και να λειτουργήσει δίκτυο κινητής τηλεφωνίας GSM υπό τους συγκεκριμένους όρους που περιλαμβάνει. Το εφ' άπαξ τέλος για τη Σύμβαση Παραχώρησης ήταν ECU 116 εκατ. Επιπλέον, σύμφωνα με την Άδεια, η εταιρεία υποχρεούται σε καταβολή στην ΕΕΤΤ ετήσιου τέλους που δεν θα υπερβαίνει το 0,5% των ετησίων εσόδων της εταιρείας από την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα.

Η Άδεια επιτρέπει στην εταιρεία να εγκαταστήσει και να λειτουργήσει δίκτυο κινητής τηλεφωνίας σύμφωνα με τα πρότυπα του GSM και του ETSI, όπως επίσης και να εκμισθώσει την πλεονάζουσα χωρητικότητα του μικροκυματικού δικτύου GSM σε αποκλειστική βάση σε τρίτα μέρη. Η Άδεια επιτρέπει στην Panafon-Vodafone να ορίζει και να επιβάλλει τα τιμολόγια για όλες τις υπηρεσίες που παρέχονται στο δίκτυό της.

5.2 Πελάτες

Στο δωδεκάμηνο 1/4/00-31/3/01 η συνολική πελατειακή βάση της εταιρείας έφτασε τους 2.340.020 συνδρομητές, σημειώνοντας άνοδο της τάξης του 32% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2000.

Από τους 2.340.020, οι 1.598.709 είναι συνδρομητές καρτοκινητής τηλεφωνίας και αντιπροσωπεύουν το 68% της πελατειακής βάσης, ενώ οι 741.311 είναι συνδρομητές με συμβόλαιο, αντιπροσωπεύοντας αντίστοιχα το 32% της πελατειακής βάσης της εταιρείας. Τα στοιχεία αυτά είναι απόλυτα συνεπή με τις τάσεις που επικρατούν τα τελευταία χρόνια στην ευρωπαϊκή αγορά κινητής τηλεφωνίας.

Η Panafon-Vodafone στο διάστημα αυτό πραγματοποίησε συνολικά 567.146 συνδέσεις, ενώ το ποσοστό αποσυνδέσεων έφτασε το 22,7%, μειώθηκε δηλαδή κατά 6 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το ποσοστό αποσυνδέσεων του προηγούμενου έτους.

Οι επιδόσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν σε μια χρονική περίοδο (Απρίλιος 2000-Μάρτιος 2001) κατά την οποία η εταιρεία μείωσε δραστικά τις επιδοτήσεις της, ενώ το τελευταίο τρίμηνο του 2000 προχώρησε στο μηδενισμό των επιδοτήσεων των συνδέσεων με συμβόλαιο. Η σημαντική αύξηση του συνολικού αριθμού των πελατών της εταιρείας βασίζεται σε παράγοντες όπως το κύρος και η αξιόπιστη και σταθερή στρατηγική της, η ποιότητα κάλυψης του δικτύου, το υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών της, το αποτελεσματικό μάρκετινγκ

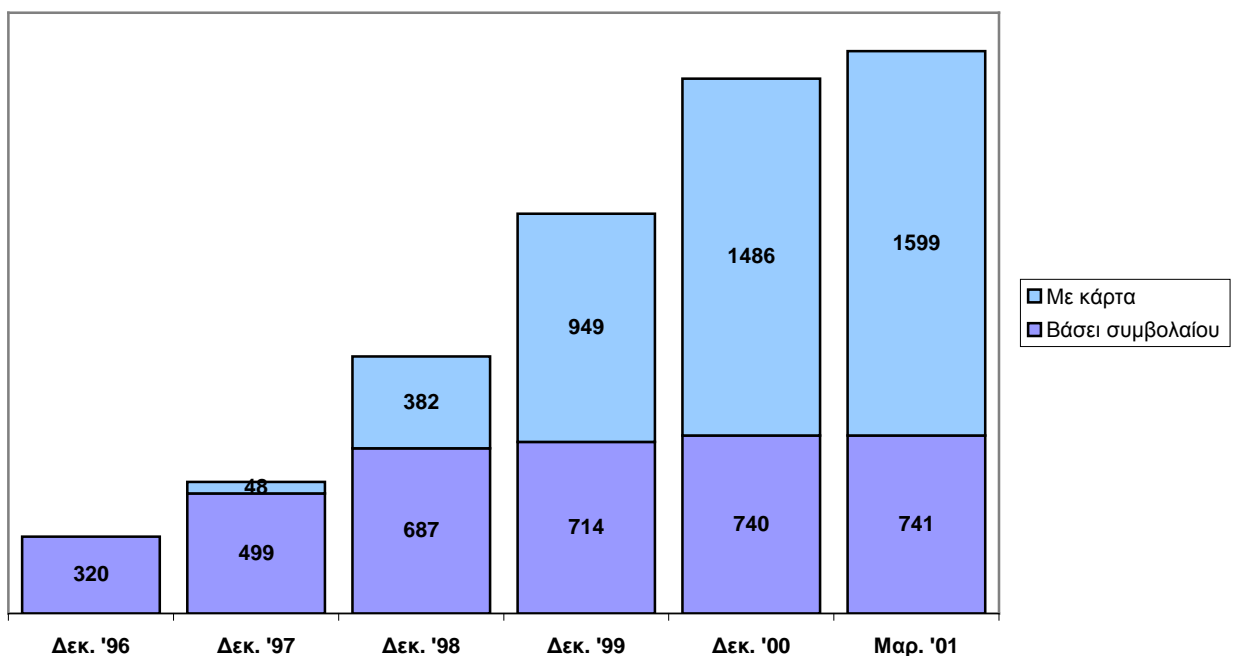
και η δυναμική εμπορική πολιτική που ακολουθείται στην προώθηση των προϊόντων.

Η Panafon-Vodafone, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της, ανέπτυξε και προώθησε μέσα στο 2000 νέα προγράμματα χρήσης. Πιο συγκεκριμένα δημιούργησε για τους πελάτες της βάσει συμβολαίου επτά διαφορετικά προγράμματα χρήσης, τα οποία διαφοροποιούνται στο μηνιαίο πάγιο τέλος και στη χρέωση αερόχρονου, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις συμπεριλαμβάνεται και δωρεάν χρόνος ομιλίας.

Η εξέλιξη της πελατειακής βάσης της Panafon-Vodafone (σε χιλιάδες) αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Panafon-Vodafone (σε χιλιάδες)

Πελάτες	Με κάρτα	Βάσει συμβολαίου	Σύνολο
Δεκ. 1996		320	320
Δεκ. 1997	48	499	547
Δεκ. 1998	382	687	1.069
Δεκ. 1999	949	714	1.663
Δεκ. 2000	1.486	740	2.226
Μαρ. 2001	1.599	741	2.340



Διάγραμμα 2 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Panafon-Vodafone (σε χιλιάδες)

Πηγή : Panafon-Vodafone, “Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000-Μάρτιος 2001”

5.3 Προϊόντα και Υπηρεσίες

5.3.1 Γενικά

Τον Ιούλιο του 2000, η Panafon-Vodafone άλλαξε την τιμολογιακή της πολιτική στο πλαίσιο της στρατηγικής της για προσφορά ανταγωνιστικών προϊόντων, υπηρεσιών και χρεώσεων στην ελληνική αγορά, διατηρώντας, παράλληλα, την έμφασή της στη στρατηγική για διαρκή κερδοφόρο ανάπτυξη. Δημιούργησε, έτσι, πέντε νέα προγράμματα χρήσης με στόχο να καλύψει τις ιδιαίτερες ανάγκες επικοινωνίας κάθε πελάτη σε ανταγωνιστικές τιμές.

Την ίδια περίοδο, η Panafon-Vodafone προχώρησε στη μείωση των χρεώσεων για το PANAFON á la Carte έως και 36%, διευρύνοντας ταυτόχρονα τη γκάμα των παρεχομένων υπηρεσιών. Επιπλέον, στις διεθνείς κλήσεις, οι χρεώσεις διαμορφώνονται με βάση το αντίστοιχο τέλος του ΟΤΕ προσαυξημένο κατά 2,3δρχ./δευτ. Παράλληλα, για όσους βρεθούν στο εξωτερικό, το PANAFON á la Carte προσφέρει ολοκληρωμένη υπηρεσία Roaming σε 102 χώρες.

5.3.2 CU (Σύστημα Επικοινωνίας με κάρτα)

Τον Οκτώβριο του 2000, η Panafon-Vodafone παρουσίασε το “CU”, το νέο σύστημα επικοινωνίας με κάρτα. Το “CU” προσαυξημένο στους ταχείς ρυθμούς της νεολαίας, εκπροσωπεί την επόμενη φάση στην επικοινωνία, χωρίς συμβόλαια και πάγια, με σύνδεση στο Internet, με την ποιότητα και την εξυπηρέτηση του δικτύου της Panafon-Vodafone.

Τα προνόμια του “CU” είναι πολλά, με κυριότερα :

- τη χαμηλή χρέωση στα γραπτά μηνύματα,
- τη χαμηλή χρέωση στις κλήσεις μεταξύ χρηστών “CU”,
- τη δωρεάν αναγνώριση κλήσεων,
- τις απλές χρεώσεις, χωρίς πάγιο τέλος κλήσης
- την ειδική κάρτα SIM (32K) με ενσωματωμένο εύχρηστο μενού των υπηρεσιών και μεγαλύτερη μνήμη για μηνύματα και ονόματα.

Πρόσθετη αξία δημιουργεί η αποκλειστική υπηρεσία ενημέρωσης “CU SMS”, που, σε συνεργασία με την πύλη Vizzani.gr, παρέχει ανανεώσιμες πληροφορίες

σχετικά με τη βραδινή έξοδο, τους κινηματογράφους, το θέατρο, την τηλεόραση, τη μουσική, καθώς και λεπτομερή αθλητική ενημέρωση.

Οι χρήστες “CU” αποτελούν πάνω από το 50% των νέων συνδρομητών καρτοκινητής τηλεφωνίας, συνεισφέροντας σημαντικά υψηλότερο μέσο έσοδο ανά χρήστη (ARPU),* πάνω από τρεις φορές μεγαλύτερη κίνηση στα SMS και 20% περισσότερα λεπτά χρήσης από τους κατόχους του PANAFON á la Carte. Με βάση αυτά τα δεδομένα είναι σαφές ότι υπάρχει δυνατότητα για ακόμη μεγαλύτερη διεύρυνση στη συγκεκριμένη αγορά με νέα πρωτοποριακά προϊόντα.

5.3.3 Υπηρεσίες Internet – PANAFONET

Η Panafon-Vodafone παρέχει υπηρεσίες Internet, μέσα από τα πακέτα σύνδεσης PANAFONET με πρόσβαση μέσω dial up ή μισθωμένων κυκλωμάτων.

Η πρόσβαση μέσω dial up πραγματοποιείται με τα πακέτα σύνδεσης PANAFONET PSTN & ISDN, τα οποία στηρίζονται στην τεχνολογία Panafon-Vodafone και διατίθενται σε 8 διαφορετικά τιμολογιακά προγράμματα, ανάλογα με το χρόνο χρήσης (3, 6 και 12 μήνες), τον τύπο σύνδεσης (Dynamic & Static) και τον τύπο της τηλεφωνικής γραμμής (ISDN & PSTN). Τα συγκεκριμένα πακέτα παρέχουν εκτεταμένες υπηρεσίες πρόσβασης και υποστήριξης στο Internet, υψηλές ταχύτητες, καινοτόμες λύσεις και ποιοτικά πιστοποιημένες υπηρεσίες, σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές και σε ένα φιλικό προς το χρήστη ηλεκτρονικό περιβάλλον.

Επιπλέον, η εταιρεία παρέχει τεχνική υποστήριξη από έμπειρο προσωπικό. Η υπηρεσία αυτή διατίθεται τόσο στους εταιρικούς πελάτες όσο και στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Με την πρόσβαση μέσω μισθωμένων κυκλωμάτων (Leased Lines) η Panafon-Vodafone παρέχει αξιόπιστη και ποιοτική πρόσβαση στο Internet για εταιρική χρήση. Πρόκειται για μια ολοκληρωμένη λύση εταιρικής πρόσβασης στο Internet, με υψηλές ταχύτητες (64 Kbps έως και πολλαπλάσια των 2 Mbps). Η δυνατότητα αυτή είναι αποτέλεσμα της στρατηγικής της Panafon-Vodafone για ένα one-stop-shop εμπορικό δίκτυο.

5.3.4 Υπηρεσία Panafon Partner (για εταιρική επικοινωνία)

Το Panafon Partner είναι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα εταιρικής επικοινωνίας. Το Panafon Partner παρέχει λύσεις επικοινωνίας προσαρμοσμένες στις ειδικές απαιτήσεις της κάθε εταιρείας, που εξασφαλίζουν ταυτόχρονα πλήρη λειτουργικότητα, καλύτερη διαχείριση πόρων και πρόβλεψη κάλυψης μελλοντικών αναγκών.⁴

* ARPU: Average Revenue Per User

Το Panafon Partner περιλαμβάνει :

- Προγράμματα χρήσης φωνής, SMS, data και fax: μέσω συνδέσεων σε εταιρικά προγράμματα χρήσης και υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (NetOffice*, SMS Plus fax/post**)
- Υπηρεσίες μετάδοσης δεδομένων: μέσω μισθωμένων κυκλωμάτων (Leased Lines), frame relay
- Ιδιωτικά Ιδεατά δίκτυα τηλεφωνίας: μέσω mVPN (mobile Virtual Private Network) για τη διασύνδεση των κινητών και σταθερών τηλεφώνων μιας εταιρείας
- Υπηρεσίες Internet: μέσω μόνιμης ή dial up πρόσβασης⁵
- Διαχείριση στόλου οχημάτων: μέσω του προγράμματος Fleet manager^{*** 6}
- Υπηρεσίες υποστήριξης εταιρικών πελατών: μέσω της εταιρικής γραμμής (γραμμή τηλεφωνικής εξυπηρέτησης από καθορισμένο στέλεχος της Panafon-Vodafone), ειδικού εισπρακτικού μηχανισμού, Call Manager (software διαχείρισης/ανάλυσης λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας) και τεχνικής υποστήριξης εξοπλισμού.⁷

5.3.5 Υπηρεσία Vodafone Eurocall

Η Panafon-Vodafone προσφέρει την υπηρεσία “Vodafone Eurocall”. Η υπηρεσία Eurocall εξασφαλίζει στους συνδρομητές της κοινές και μειωμένες χρεώσεις για συνδιαλέξεις περιαγωγής, καθώς επίσης για διεθνείς κλήσεις που πραγματοποιούνται από το δίκτυο Panafon-Vodafone προς επιλεγμένες χώρες, όπου δραστηριοποιείται η Vodafone, στην Ευρώπη.

Το νέο πρωτοποριακό πρόγραμμα τιμολόγησης, “Vodafone Eurocall”, ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 2001 αρχικά για τους εταιρικούς πελάτες και αναμένεται να επεκταθεί σύντομα σε ολόκληρη τη συνδρομητική βάση της εταιρείας.

5.3.6 Σύστημα επικοινωνίας LMDS

Το Δεκέμβριο του 2000, η Panafon-Vodafone απέκτησε άδεια για παροχή υπηρεσιών σταθερής ασύρματης τηλεφωνίας. Η απόκτηση της άδειας αφορά την εκχώρηση φάσματος στις συχνότητες των 25 GHz για την εγκατάσταση και εκμετάλλευση πολυσημειακών συστημάτων σταθερής ασύρματης επικοινωνίας (Local Multipoint Distribution System – LMDS). Το σύστημα επικοινωνιών LMDS παρέχει τη δυνατότητα σταθερής ασύρματης σύνδεσης σε πελάτες που

* Net Office : (αποστολή και λήψη e-mail από κινητό)

** SMS PLUS fax (αποστολή fax από κινητό)

SMS PLUS post (προγραμματισμός αποστολής SMS από κινητό)

*** Το πρόγραμμα Fleet Manager ενεργοποιείται με την τοποθέτηση μιας ειδικής ηλεκτρονικής συσκευής σε κάθε όχημα, η οποία αποστέλλει στο κέντρο ελέγχου της εταιρείας όπου έχουν εγκατασταθεί ένας ή περισσότεροι ηλεκτρονικοί υπολογιστές (σταθμός βάσης), αναλυτικά στοιχεία για τις συνθήκες του δρομολογίου του οχήματος.

απαιτούν μεγάλες ταχύτητες επικοινωνιών και μετάδοσης φωνής, δεδομένων και πολυμέσων.

5.3.7 Υπηρεσίες WAP (για πρόσβαση στο Internet)

Με την υπηρεσία WAP, η Panafon-Vodafone παρέχει στους συνδρομητές της τη δυνατότητα να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες και υπηρεσίες του Internet μέσω του κινητού τους, χωρίς τη μεσολάβηση φορητού Η/Υ ή άλλων παρόμοιων πολύπλοκων και δαπανηρών συστημάτων.

Η Panafon-Vodafone διέθεσε στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας υπηρεσίες που βασίζονται στη νέα τεχνολογία WAP (Wireless Application Protocol), με το μενού υπηρεσιών «Panafon go WAP», το οποίο περιλαμβάνει ενότητες πληροφόρησης για την ελληνική και διεθνή ειδησεογραφία, οικονομικές ειδήσεις και χρηματιστήριο, αθλητική ενημέρωση κ.τ.λ.

5.3.8 Σύστημα GPRS

Το Μάρτιο του 2001 ξεκίνησε η εμπορική διάθεση των υπηρεσιών GPRS για τους συνδρομητές και τους εταιρικούς πελάτες της Panafon-Vodafone. Η διάθεση του συστήματος GPRS από το δίκτυο της Panafon-Vodafone δίνει στους συνδρομητές τη δυνατότητα να απολαμβάνουν υπηρεσίες με υψηλότερες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων που θα μπορούσαν να ξεπεράσουν τα 100 Kbps, συγκριτικά με τα 9,6 Kbps που επιτυγχάνονταν μέχρι σήμερα. Επιπλέον, οι εταιρικοί πελάτες της Panafon-Vodafone θα έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο εταιρικό τους δίκτυο με τη χρήση κινητού τηλεφώνου και ενός φορητού υπολογιστή, μειώνοντας σε σημαντικό βαθμό τα λειτουργικά τους κόστη και αυξάνοντας παράλληλα την παραγωγικότητα των μετακινούμενων στελεχών τους.

5.3.9 Υπηρεσία VPN/mVPN (για εσωτερική επικοινωνία εταιρικών χρηστών)

Η Panafon-Vodafone διέθεσε την υπηρεσία κλειστών εταιρικών δικτύων (Virtual Private Networks), η οποία παρέχει στον εταιρικό πελάτη ολοκληρωμένες λύσεις διαχείρισης κλήσεων από και προς εταιρικό κινητό τηλέφωνο ή εσωτερικό σταθερό.

Καινοτόμος λύση για την εταιρική επικοινωνία αποτελεί η υπηρεσία mVPN (mobile Virtual Private Network) της Panafon-Vodafone. Το mVPN λειτουργεί ως Ιδιωτικό Ιδεατό Δίκτυο και βασίζεται στο δίκτυο GSM της Panafon-Vodafone και την ήδη εγκατεστημένη τηλεπικοινωνιακή υποδομή της εταιρείας. Η υπηρεσία mVPN διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των στελεχών μιας εταιρείας, μειώνοντας ταυτόχρονα το εταιρικό κόστος των τηλεπικοινωνιών.

5.3.10 Υπηρεσία Περιαγωγής (Roaming)

Η Panafon-Vodafone έχει ενεργοποιήσει την υπηρεσία περιαγωγής και ως τις 31 Μαρτίου 2001 βρισκόταν σε εμπορική λειτουργία σε 102 χώρες με 212 δίκτυα σε όλο τον κόσμο και στις πέντε ηπείρους. Η υπηρεσία περιαγωγής προσφέρει στους συνδρομητές της Panafon-Vodafone που ταξιδεύουν στο εξωτερικό, τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν το κινητό τους τηλέφωνο, καθώς και την προσωπική τους κάρτα SIM, ενεργοποιώντας τη συσκευή τους.

5.3.11 'A la Carte Roaming

Το PANAFON 'a la Carte αποτελεί καρτοκινητή τηλεφωνία που παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες περιαγωγής (roaming) στους συνδρομητές της που ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Όλοι οι χρήστες του PANAFON 'a la Carte έχουν τη δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας, δηλαδή λαμβάνουν και πραγματοποιούν κλήσεις ή δέχονται και στέλνουν μηνύματα από το κινητό τους τηλέφωνο σε 102 χώρες του εξωτερικού.⁸

5.3.12 Υπηρεσία Panafon Ringtones (για μελωδίες στο κινητό τηλέφωνο)

Πρόκειται για μια νέα υπηρεσία της Panafon-Vodafone για τους συνδρομητές που είναι κάτοχοι κινητών τηλεφώνων της Nokia. Η Panafon Ringtones επιτρέπει στους συνδρομητές της να επιλέξουν για το κινητό τους ήχους αγαπημένων τους τραγουδιών. Οι μελωδίες των Ringtones ανανεώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα, σε συνεργασία με το μουσικό κανάλι Mad.⁹

5.3.13 Το Panorama Πληροφοριών και Γνώσεων που παρέχει η Panafon-Vodafone, μέσω της θυγατρικής της Panafon Services στους συνδρομητές βάσει συμβολαίου και στους κατόχους PANAFON 'a la Carte, αποτελεί μια πρωτοποριακή υπηρεσία χρηστικών υπηρεσιών για όλα τα δρομολόγια πλοίων, τρένων και λεωφορείων, για τις πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού, για τα εφημερεύοντα νοσοκομεία και φαρμακεία της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και των κυριότερων επαρχιακών πόλεων.

Παράλληλα, δίνει βαρύτητα στον τομέα γενικών γνώσεων με την παροχή ενός ευρύτατου φάσματος πληροφοριών. Η Panafon-Vodafone, σε συνεργασία με την ALPHA Χρηματιστηριακή, προσφέρει στους πελάτες της υπηρεσίες που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στο Χρηματιστήριο καθώς και τη δυνατότητα να εκτελούν χρηματιστηριακές πράξεις από το κινητό τους με τη χρήση συστήματος IVR (Interactive Voice Response).

5.3.14 Ενοποιημένες υπηρεσίες Εξυπηρέτησης Πελατών (Panafon Services)

➤ **BRAINS™** (για αξιοποίηση των εταιρικών πληροφοριών)

Το BRAINS™, μια λύση datawarehouse για τηλεπικοινωνιακούς οργανισμούς, επιτρέπει τη συλλογή και την αξιοποίηση μεγάλου όγκου πληροφορίας διασπαρμένης σε διάφορα πληροφοριακά συστήματα. Μέσω του BRAINS™ οι πληροφορίες μετατρέπονται σε πολύτιμη γνώση, δίνοντας έτσι, τη δυνατότητα στην εταιρεία να αντιμετωπίσει επιχειρησιακές και εμπορικές ανάγκες σε συνθήκες έντονου ανταγωνισμού. Η ευέλικτη διαχείριση της πληροφορίας μέσω του BRAINS™ επιτρέπει το σχεδιασμό αποτελεσματικών διαδικασιών σε σημαντικούς τομείς όπως:

- Διαχείριση πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management)
- Πρόβλεψη αποσυνδέσεων (Churn prediction)
- Διατήρηση Πελατών (Customer retention)
- Κατηγοριοποίηση και ανάλυση συμπεριφοράς της πελατειακής βάσης
- Ανάλυση εσόδων ανά πελάτη

Η εφαρμογή BRAINS είναι ένα σημαντικό εργαλείο το οποίο μετατρέπει τα επιχειρησιακά δεδομένα σε πολύτιμη πληροφορία για έναν τηλεπικοινωνιακό οργανισμό.

➤ **Γεωγραφικό Σύστημα Πληροφοριών SONET™**

Η γεωγραφική διάσταση στις δραστηριότητες μιας επιχείρησης γίνεται ολοένα πιο σημαντική στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον. Καθημερινά παράγεται ένας μεγάλος όγκος επιχειρησιακών δεδομένων συνδεδεμένος με την έννοια του τόπου, όπως σημεία πωλήσεων, εγκαταστάσεις και προμηθευτές. Η εφαρμογή SONET™ είναι ένα γεωγραφικό σύστημα πληροφοριών, το οποίο διαθέτει ευέλικτα και ισχυρά μέσα διαχείρισης, παρουσίασης και ανάλυσης της πληροφορίας. Συνδυάζοντας επιχειρησιακά και γεωγραφικά δεδομένα, το SONET™ δίνει πολλές δυνατότητες στη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων.

Το Σύστημα SONET™ μπορεί να δώσει λύσεις σε σημαντικές επιχειρησιακές διαδικασίες όπως:

- Επιχειρησιακά πλάνα ανά γεωγραφική περιοχή
- Μάρκετινγκ και πωλήσεις μέσω της διαχείρισης δημογραφικών στοιχείων και συμπεριφορών των πελατών και των ανταγωνιστών
- Παρακολούθηση της λειτουργίας της επιχείρησης ανά γεωγραφική περιοχή
- Διευκόλυνση της εξυπηρέτησης πελατών
- Διαχείριση περιουσιακών στοιχείων

Το SONET™ συνδυάζεται με εφαρμογές για την παρακολούθηση και διαχείριση σε πραγματικό χρόνο στόλου οχημάτων.

➤ **Πληροφοριακό Σύστημα Διοίκησης MANTIS™**

Το MANTIS™ είναι ένα πληροφοριακό σύστημα διοίκησης για τηλεπικοινωνιακούς οργανισμούς, το οποίο έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίζει την αποτελεσματική διοίκηση της εταιρείας. Το σύστημα παρέχει εποπτεία του οργανισμού, δίνοντας τη δυνατότητα έγκαιρου εντοπισμού επιμέρους προβλημάτων ή δυσλειτουργιών. Ως κατεξοχήν χρήστες του συστήματος θεωρούνται ο διευθύνων σύμβουλος και η εκτελεστική διοικητική ομάδα της επιχείρησης.

Το MANTIS™ παρέχει τα μέσα αποτελεσματικής παρακολούθησης όλων των κρίσιμων δεικτών της εταιρείας (Key Performance Indicators, KPIs), κατηγοριοποιημένων σε επιμέρους θεματικές ενότητες

➤ **Υπηρεσία Διαχείρισης Πελάτων B.ON.D™ – Billing.On.Demand**

Το Billing on Demand (B.on.D) είναι υπηρεσία διαχείρισης, υποστήριξης και τιμολόγησης πελατών, σχεδιασμένη για τηλεπικοινωνιακούς οργανισμούς που αναζητούν μία άρτια λύση χωρίς την ανάγκη αγοράς, συντήρησης και λειτουργίας ενός συστήματος τιμολόγησης. Σύμφωνα με τη φιλοσοφία της υπηρεσίας, ο πελάτης χρησιμοποιεί το σύστημα τιμολόγησης από τις εγκαταστάσεις της εταιρείας του, ενώ η Panafon Services είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση και τη λειτουργία του συστήματος τιμολόγησης.

Η υπηρεσία B.on.D διαχειρίζεται αποτελεσματικά τους πελάτες και τιμολογεί υπηρεσίες που παρέχονται από διαφορετικά δίκτυα όπως :

- Δίκτυα κινητής τηλεφωνίας
- Δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας
- Παροχές υπηρεσιών Internet και μεταφοράς δεδομένων

➤ **Υπηρεσία παροχής τηλεφωνικών υπηρεσιών SMARTLINE™**

Η SMARTLINE™ είναι υπηρεσία παροχής τηλεφωνικών υπηρεσιών, η οποία σχεδιάστηκε για να ικανοποιήσει τις επιχειρήσεις που αναζητούν ταχύτητα και αποτελεσματικότητα στην επαφή με την αγορά τους. Η υπηρεσία SMARTLINE™ δίνει τη δυνατότητα ανάπτυξης και εδραίωσης των σχέσεων μιας επιχείρησης στους πελάτες της.

Η Panafon Services επενδύει σταθερά σε εξελιγμένη τεχνολογία, η οποία αξιοποιείται από ειδικούς στο χώρο της πληροφορικής. Η χρήση ολοκληρωμένων συστημάτων τηλεφωνίας και πληροφορικής παρέχει τη βάση για υπηρεσίες με χαρακτηριστικά όπως :

- Έξυπνη δρομολόγηση κλήσεων
- Προτεραιότητες στη σειρά αναμονής
- Εφαρμογές καταγραφής παραπόνων, προβλημάτων και στοιχείων κλήσεων
- Ολοκληρωμένα συστήματα βάσεως δεδομένων

5.4 Εμπορικοί Συνεργάτες

Στην οικονομική περίοδο που έληξε 31/3/01, η εταιρεία ξεκίνησε την αναδιοργάνωση του εμπορικού της δικτύου, με βασικό άξονα την απορρόφηση

των εμπορικών συνεργατών Panafon Emporiki και Unifon*, και τη δημιουργία ιδιόκτητης αλυσίδας με την επωνυμία Vodafone Shops.

Η αναδιοργάνωση του δικτύου διανομής αποσκοπεί :

- στη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών πριν και μετά την πώληση,
- στη δημιουργία ευέλικτων σχημάτων που θα βοηθήσουν στην ταχύτερη εισαγωγή νέων προϊόντων,
- στην κάλυψη των συνολικών αναγκών των πελατών σε ένα σημείο πώλησης,
- στη μείωση του κόστους δικτύων διανομής και την παράλληλη αύξηση της αποδοτικότητας,
- σε οικονομίες κλίμακος
- στην αποτελεσματικότερη διοίκηση της πελατειακής βάσης μέσω προγραμμάτων CRM και
- στην επίτευξη του στρατηγικού στόχου πραγματοποίησης της πλειοψηφίας των νέων συνδέσεων μέσα από τα Vodafone shops.

Μέχρι το τέλος του έτους (31/3/01) η Panafon-Vodafone είχε πέντε Εμπορικούς Συνεργάτες (Mobitel, Panafon Emporiki, Nextnet, Unifon και Viafon) οι οποίοι προωθούσαν τις υπηρεσίες της εταιρείας στους πελάτες. Η αποκλειστική προώθηση των υπηρεσιών του δικτύου κινητής τηλεφωνίας της εταιρείας επιτυγχάνονταν, είτε άμεσα είτε έμμεσα, μέσω 1.460 καταστημάτων αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της.

Αρχικά, η επιλογή των Εμπορικών Συνεργατών βασιζόταν στην πείρα και τη δύναμή τους στον τομέα εμπορίας ηλεκτρικών/ηλεκτρονικών ειδών και ειδών αυτοματισμού γραφείων, καθώς και στην ικανότητά τους να συμβάλουν στη δημιουργία και στην εξάπλωση του δικτύου διανομής της Panafon-Vodafone. Παράλληλα, η εταιρεία καλλιεργούσε ένα πνεύμα συνεργασίας με τους Εμπορικούς της Συνεργάτες.

Βασικό χαρακτηριστικό του μοντέλου Εμπορικών Συνεργατών που χρησιμοποιούσε και συνεχίζει να χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι το γεγονός ότι η «ιδιοκτησία» του πελάτη παραμένει στην Panafon-Vodafone, παρά τη σύναψη σύμβασης με τον Εμπορικό Συνεργάτη. Επιπλέον, η εταιρεία συμμετέχει στη μετοχική σύνθεση αυτών των εταιρειών, όταν αυτό κριθεί εμπορικά, στρατηγικά και οικονομικά σκόπιμο, προκειμένου να ενδυναμώσει το πνεύμα συνεργασίας, να προωθήσει τον ομοιόμορφο τρόπο διάθεσης των υπηρεσιών, να βελτιώσει περαιτέρω την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών και, σε μερικές περιπτώσεις, να ενισχύσει την οικονομική θέση του Εμπορικού Συνεργάτη.

Στο πλαίσιο αυτό, η Panafon-Vodafone εξαγόρασε:

- Το 1997, το 100% των μετοχών της Panafon Emporiki την οποία απορρόφησε με την από 4.4.2001 απόφαση των Γενικών Συνελεύσεων των 2 εταιρειών.
- Το Σεπτέμβριο 1998, το 30% της Ράδιο Κορασίδης Telecom A.E. (τώρα αποκαλούμενη NextNet) με ποσοστό που μειώθηκε αργότερα στο 26,11% μετά την εισαγωγή της NextNet στο ΧΑΑ. Το ποσοστό συμμετοχής της

* Η Panafon Emporiki και η Unifon είναι εταιρείες παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών

Panafon-Vodafone στη NextNet μετά τη συγχώνευσή της με τη Citicom ανέρχεται πλέον σε 20,1%.

- Το Δεκέμβριο του 1998, το 25,1% του μετοχικού κεφαλαίου της Unifon, ποσοστό που τον Αύγουστο 1999 μειώθηκε σε 19,56%.

Τον Οκτώβριο του 2000, ανακοινώθηκε η πρόθεση των εταιρειών Panafon-Vodafone και Unifon για συγχώνευση με απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη. Οι Γενικές Συνελεύσεις των εταιρειών, με αφορμή τη συγχώνευση προγραμματίστηκαν για τις 4 Απριλίου 2001 και κατέληξαν σε έγκριση αυτής. Το Μάιο του 2001 ανακοινώθηκε και η πρόθεση συγχώνευσης της Panafon-Vodafone με τη NextNet, με απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη.

Συγχρόνως, η Panafon-Vodafone συμμετέχει με ποσοστό 25,01% στο μετοχικό κεφάλαιο της Mobitel A.E.

Η εταιρεία έχει πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες που διατηρούν οι Εμπορικοί Συνεργάτες σχετικά με τους πελάτες της. Επίσης, μέσω των προηγμένων συστημάτων πληροφορικής που διαθέτει, ανταλλάσσει πληροφορίες με τον κάθε Εμπορικό Συνεργάτη σχετικά με τους πελάτες που συνδέθηκαν στο δίκτυό της και συμμετέχει σε κοινές διαφημιστικές καμπάνιες.¹⁰

5.5 Οικονομικά Στοιχεία

5.5.1 Κύκλος εργασιών

Κατά τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01, ο Κύκλος Εργασιών ανήλθε σε 324 δισ. δρχ., (950,9 εκατ. ευρώ) αυξημένος κατά 25% έναντι της προηγούμενης δωδεκάμηνης περιόδου που έληξε στις 31/3/00 και ήταν 259,2 δισ. δρχ. (760,7 εκατ. ευρώ).

Η σημαντική αύξηση που παρουσίασαν ο αερόχρονος* και τα Data (δεδομένα), απορρόφησαν πλήρως τη μεγάλη μείωση των τιμολογίων κατά την υπό εξέταση περίοδο. Κατά την ίδια περίοδο τα έσοδα από πωλήσεις εμπορευμάτων μειώθηκαν αντανakλώντας τη μείωση των επιδοτήσεων συσκευών και την ωρίμανση της αγοράς που έχει στραφεί κυρίως σε πακέτα σύνδεσης.

Η συνολική πελατειακή βάση της Panafon-Vodafone έφθασε τους 2.340.020 πελάτες στις 31 Μαρτίου του 2001, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 32% σε σχέση με το τέλος Μαρτίου 2000. Η αύξηση των συνδρομητών βασίζεται κυρίως στην καρτοκινητή τηλεφωνία. Ο δείκτης αποσυνδέσεων μειώθηκε κατά 6,1 ποσοστιαίες μονάδες, από 28,8% σε 22,7%.

- **Εξέλιξη κύκλου εργασιών ανά κατηγορία δραστηριότητας**

* αερόχρονος: η χρήση του δικτύου της Panafon

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας προέρχεται κυρίως από τα έσοδα παροχής των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Ειδικότερα, αυτά περιλαμβάνουν τα πάγια μηνιαία τέλη, τις χρεώσεις συνδιαλέξεων, τις πωλήσεις καρτών SIM, τις πωλήσεις προπληρωμένου χρόνου συνδιαλέξεων και τα έσοδα από τις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Επιπλέον, η εταιρεία έχει έσοδα από τον Ο.Τ.Ε. για κλήσεις που προέρχονται από το δίκτυό του και προορίζονται για πελάτες της Panafon-Vodafone, καθώς και από ξένα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, οι πελάτες των οποίων κάνουν περιαγωγή στο δίκτυο της Panafon-Vodafone. Μικρό μέρος των εσόδων προέρχεται από την πώληση συσκευών κινητής τηλεφωνίας και παρελκομένων προϊόντων τα οποία η εταιρεία πωλεί στους Εμπορικούς Συνεργάτες για τα προγράμματα προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας. Η πώληση των συσκευών αυτών δεν συνιστά κύρια δραστηριότητα της εταιρείας και οι τιμές που τις διαθέτει στους Εμπορικούς Συνεργάτες είναι συνήθως τιμές κόστους ή ακόμα και χαμηλότερες του κόστους, σε επίπεδο όμως που οι εκπτώσεις δεν έχουν ουσιαστική επίδραση στα αποτελέσματα. Επιπλέον, η εταιρεία έχει έσοδα από τους Εμπορικούς Συνεργάτες για την προετοιμασία και αποστολή των μηνιαίων λογαριασμών που διενεργεί εκ μέρους τους. Τα έσοδα από πελάτες εισπράττονται από τους Εμπορικούς Συνεργάτες και αποδίδονται στη Panafon-Vodafone αφού αφαιρεθούν οι προμήθειες των Εμπορικών Συνεργατών και αφού συμψηφισθούν οποιαδήποτε ποσά οφείλονται στην εταιρεία για τις υπηρεσίες που παρέχει (προετοιμασία λογαριασμών, διοικητική υποστήριξη κ.λ.π).

Πίνακας 3 – Ανάλυση κύκλου εργασιών της Panafon-Vodafone ανά δραστηριότητα για την περίοδο 1/1/1998-31/3/2001

Ανάλυση κύκλου εργασιών (σε εκατ. δρχ.)	1/1/98- 31-3-99	1/4/99 - 31/3/00	1/4/00 - 31/3/01	Ποσοστό 1/4/00- 31/3/01
Τέλη σύνδεσης	0	0		
Μηνιαία σταθερά τέλη	54.381	42.044	41.434	12,79%
Χρήση δικτύου Panafon (αερόχρονος)	59.208	54.595	75.982	23,45%
Προμήθειες συνδέσεων συνδρομητών	0	0	5.424	1,67%
Εκκαθάριση δικτύου Ο.Τ.Ε.	82.748	90.711	93.702	28,92%
Τέλη περιαγωγής	11.079	15.973	14.419	4,45%
Υπηρεσίες έκδοσης λογ/μών	2.717	2.667	526	0,16%
Εκμίσθωση ψηφιακών κυκλωμάτων	426	1.059	1.845	0,57%
Πωλήσεις καρτών SIM	1.718	1.031	1.693	0,52%
Πωλήσεις συσκευών κινητής τηλεφωνίας	487	751	6.581	2,03%
Πωλήσεις πακέτων σύνδεσης (προπληρωμένη κινητή τηλεφωνία)	27.660	49.443	75.477	23,29%
Λοιπές πωλήσεις	309	950	6.944	2,14%
Σύνολο κύκλου εργασιών	240.733	259.224	324.027	100,00%

Πηγή : Panafon-Vodafone, “Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000-Μάρτιος 2001”

5.5.2 Κόστος Πωλήσεων – Μικτό Κέρδος

Το κόστος πωλήσεων για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01 ανήλθε σε 149,5 δισ. δρχ. (438,7 εκατ. ευρώ) έναντι 100,5 δισ. δρχ. (295 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο. Ο ρυθμός αύξησης του κόστους πωληθέντων ήταν 48,7%.

Το μικτό κέρδος για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01 ανήλθε σε 174,5 δισ. δρχ. (512,1 εκατ. ευρώ) αυξημένο κατά 10% έναντι της προηγούμενης δωδεκάμηνης περιόδου που έληξε στις 31/3/00 και ήταν 158,7 δισ. δρχ. (465,8 εκατ. ευρώ).

5.5.3 Έξοδα Διοίκησης & Λειτουργίας Διάθεσης

Τα Γενικά Έξοδα Διοίκησης & Λειτουργίας Διάθεσης αυξήθηκαν σε 86,4 δισ. δρχ. (253,5 εκατ. ευρώ) τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01 από 62,5 δισ. δρχ. (183,4 εκατ. ευρώ) την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο. Η αύξηση κατά 38,2% είναι μεγαλύτερη από την αύξηση του Κύκλου Εργασιών, εξαιτίας της αύξησης στο κόστος λειτουργίας και συντήρησης του δικτύου, που είναι αποτέλεσμα της επέκτασης της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών, τα έξοδα Γενικά Διοίκησης και Λειτουργίας Διάθεσης αυξήθηκαν ελαφρώς από 24,1% στη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/00 σε 26,7% στη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01.

5.5.4 Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης

Το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01 ανήλθε σε 89,3 δισ. δρχ. (262 εκατ. ευρώ) έναντι 96,5 δισ. δρχ. (283,2 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο, εμφανίζοντας μείωση κατά 8%. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών, το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης μειώθηκε από 37,2% σε 27,6% κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

5.5.5 Κέρδη προ φόρων

Για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01, τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε 87,3 δισ. δρχ. (256,5 εκατ. ευρώ) έναντι 88,2 δισ. δρχ. (258,8 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη περίοδο παρουσιάζοντας μείωση κατά 0,9%. ¹¹Το αντίστοιχο περιθώριο ανήλθε σε 26,9% για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/3/01 έναντι του 34% για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις

31/3/00. Το περιθώριο κέρδους (EBITDA) μειώθηκε κατά 7,1 ποσοστιαίες μονάδες, επηρεασμένο κυρίως από την απορρόφηση της Unifon (υψηλότερη συμμετοχή πωλήσεων συσκευών και πολυμέσων στον κύκλο εργασιών).¹²

5.5.6 Αποτελέσματα χρήσεως

Η όγδοη διαχειριστική χρήση της εταιρείας 1/4/2000 - 31/3/2001, έκλεισε με κέρδη προ φόρων 87.393.207.727 δρχ. Στο παραπάνω ποσό περιλαμβάνονται και τα αποτελέσματα της ΠΑΝΑΦΟΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ Α.Ε. και της UNIFON Α.Ε. για την πεντάμηνη περίοδο 01/11/200 – 31/03/2001.

Τα καθαρά κέρδη μετά την αφαίρεση των φόρων ύψους 29.615.572.460 δρχ. και την πρόσθεση των κερδών προηγούμενης χρήσεως, ανέρχονται σε 89.711.498.645 δρχ.

Τα κέρδη της προηγούμενης χρήσεως είναι μειωμένα κατά 4.244.940.426 δρχ., ποσό που αντιπροσωπεύει το ποσοστό κατά το οποίο συμμετείχε η ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ. στα ίδια κεφάλαια εκτός του μετοχικού κεφαλαίου της UNIFON κατά την ημερομηνία μετασχηματισμού, δηλ. την 31/10/2000 και κατά 48.760.785 δρχ., ποσό που προορίζεται για αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου για την στρογγυλοποίηση της τιμής της μετοχής.¹³

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, η μείωση στα κέρδη προ φόρων οφείλεται κατά κύριο λόγο στις υψηλότερες αποσβέσεις (επιπλέον αποσβέσεις αδειών δεύτερης και τρίτης γενιάς), σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο.¹⁴

5.5.7 Αριθμοδείκτες

Πίνακας 4 – Αριθμοδείκτες της Panafon-Vodafone

	ΔΕΙΚΤΕΣ	31/3/00	31/3/01
Ρευστότητας	Δ. γενικής ρευστότητας*	0,4	0,4
	Δ. ειδικής ρευστότητας**	0,38	0,37
Δραστηριότητας	Δ. ταχύτ. εισπρ. απαιτήσεων***	4,9	5,8
Αποδοτικότητα	Δ. μικτού κέρδους****	61,2%	53,9%
	Δ. αποδοτ. απασχολ. κεφαλαίων*****	42,6%	32,3%
	Δ. αποδοτ. ιδίων κεφαλαίων*****	113,6%	68,9%
Διαρθρώσεως κεφαλαίων	Δ. ιδίων/συνολικά κεφάλαια*****	39%	47,6%
	Δ. δανειακών κεφαλαίων*****	61%	52,4%

* δ. γενικής ρευστότητας=κυκλοφορούν ενεργητικό/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

** δ. ειδικής ρευστότητας=απαιτήσεις+διαθέσιμα/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

*** δ. ταχ. εισπράξ. απαιτ.=καθ. πωλήσεις/μέσος όρος απαιτήσεων

**** δ. μικτού κέρδους=μικτά κέρδη/καθαρές πωλήσεις

***** δ. αποδοτ. απασχ.κεφ.=καθ.κέρδη+χρημ/κά έξοδα/μέσ.όρος συνολ.απασχ.κεφαλαίων

***** δ. αποδοτ. ιδίων κεφ.= καθ. κέρδη/μέσος όρος συνόλου ιδίων κεφαλαίων

***** δ.ιδίων/συνολ.κεφ.=ίδια κεφ./συνολικά κεφάλαια

	Δ. ιδίων/δανειακά κεφάλαια*****	63,8%	90,8%
--	---------------------------------	-------	-------

15

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της Panafon-Vodafone (Ισολογισμού και Κ.Α.Χ., Μαρτίου 1999,2000,2001)

1. Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας χρησιμοποιούνται κυρίως για τον προσδιορισμό της βραχυχρόνιας οικονομικής θέσεως μιας επιχείρησης και της ικανότητάς της να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Ο δείκτης γενικής ρευστότητας της Panafon-Vodafone παρέμεινε 0,4, (πολύ χαμηλός), γεγονός που υποδεικνύει ότι το κυκλοφορούν ενεργητικό δεν επαρκεί να καλύψει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της.
2. Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία μετατρέπονται εύκολα σε ρευστά. Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας της Panafon-Vodafone παρέμεινε σχεδόν σταθερός και είναι λίγο μικρότερος από τον δείκτη γενικής ρευστότητας, γεγονός που σημαίνει ότι δεν υπάρχουν αυξημένα αποθέματα στην επιχείρηση. Και αυτός όπως και ο προηγούμενος δείκτης είναι μικρότερος της μονάδας που υποδηλώνει ότι τα αμέσως ρευστοποιήσιμα στοιχεία της Panafon-Vodafone είναι ανεπαρκή για να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις της, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να εξαρτάται από τις μελλοντικές της πωλήσεις, προκειμένου να εξασφαλίσει επαρκή ρευστότητα.
3. Ο δείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων δείχνει πόσες φορές, κατά μέσο όρο, εισπράττονται κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσεως οι απαιτήσεις της επιχείρησης. Ο δείκτης της Panafon-Vodafone από 4,9 που ήταν το έτος 2000 αυξήθηκε σε 5,8 το έτος 2001. Αντίστοιχα, ο χρόνος παραμονής των απαιτήσεων στην εταιρεία μειώθηκε από 74 ημέρες το έτος 2000 σε 63 ημέρες το έτος 2001. Αυτό είναι θετικό για την εταιρεία, γιατί η μεγαλύτερη ταχύτητα εισπράξεως των απαιτήσεων υποδηλώνει ότι ο χρόνος δεσμεύσεως των κεφαλαίων της Panafon-Vodafone είναι μικρότερος και η θέση της είναι καλύτερη από απόψεως χορηγουμένων πιστώσεων.
4. Ο δείκτης μικτού κέρδους δείχνει το μικτό κέρδος που έχει μια επιχείρηση από την πώληση των προϊόντων/υπηρεσιών της. Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί επιτυχημένη θα πρέπει να έχει ένα αρκετά υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους, που να της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδά της και συγχρόνως να της αφήνει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος, σε σχέση με τις πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί. Στην Panafon-Vodafone ο ρυθμός αύξησης του κόστους πωληθέντων (48,7%) είναι μεγαλύτερος από την αύξηση του κύκλου εργασιών (25%). Αυτό αποτυπώνεται στο δείκτη μικτού κέρδους, ο οποίος παρουσίασε σημαντική μείωση από 61,2% το έτος 2000 σε 53,9% το έτος 2001.
5. Ο δείκτης αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων μετρά την κερδοφόρα δυναμικότητα του συνόλου των απασχολούμενων στην επιχείρηση κεφαλαίων (ιδίων & ξένων). Ο δείκτης αποδοτικότητας

***** δ.δανειακών κεφ.=ξένα κεφ./συνολικά κεφάλαια

***** δ.ιδίων/δαν.κεφ.=ίδια κεφ/ξένα κεφάλαια ¹⁵

απασχολουμένων κεφαλαίων της Panafon-Vodafone μειώθηκε από 42,6% το έτος 2000 σε 32,3% το έτος 2001. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι μειώθηκαν ελαφρά τα καθαρά κέρδη και αυξήθηκαν τα συνολικά απασχολούμενα κεφάλαια και κυρίως τα ίδια κεφάλαια. Ο δείκτης αυτός δείχνει ότι υπάρχει κάποια υπερεπένδυση κεφαλαίων στην Panafon-Vodafone, σε σύγκριση με τις πωλήσεις της, έχει υψηλές δαπάνες για την επίτευξη των πωλήσεών της και υψηλά γενικά έξοδα.

6. Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων μετρά την αποτελεσματικότητα, με την οποία τα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης απασχολούνται σ' αυτή. Ο δείκτης αυτός είναι σχετικά υψηλός για την Panafon-Vodafone που υποδηλώνει ότι η εταιρεία χρησιμοποιεί εύστοχα τα κεφάλαιά της. Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων της Panafon-Vodafone ήταν ιδιαίτερα υψηλός το έτος 2000 (113,6%) και μειώθηκε σε 68,9% το έτος 2001. Αυτό οφείλεται κυρίως στη σημαντική αύξηση των ιδίων κεφαλαίων της Panafon-Vodafone το έτος 2001.
7. Ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων/συνολικά κεφάλαια δείχνει το ποσοστό του συνόλου των ενεργητικών στοιχείων μιας επιχείρησης που έχει χρηματοδοτηθεί από τους φορείς της. Ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων/συνολικά κεφάλαια της Panafon-Vodafone αυξήθηκε σημαντικά από 39% σε 47,6%. Αυτό οφείλεται στην αύξηση των ιδίων κεφαλαίων κατά το 2001.
8. Η διαφορά του δείκτη ιδίων/συνολικά κεφάλαια από το 100 δείχνει το ποσοστό των ξένων κεφαλαίων που προσφέρθηκαν από τους πιστωτές για τη χρηματοδότηση του ενεργητικού. Ο δείκτης δανειακών κεφαλαίων της Panafon-Vodafone μειώθηκε από 61% το έτος 2000 σε 52,4% το έτος 2001. Όσο μεγαλύτερο είναι το ύψος των ιδίων κεφαλαίων μιας επιχείρησης σε σχέση με τις υποχρεώσεις της, τόσο μεγαλύτερη προστασία παρέχεται στους δανειστές της και τόσο μικρότερη πίεση ασκείται σ' αυτή για την εξόφληση των υποχρεώσεών της και την πληρωμή τόκων. Έτσι φαίνεται ότι η θέση της Panafon-Vodafone είναι ασφαλής. Επίσης η Panafon-Vodafone δεν έχει καθόλου μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις.
9. Ο δείκτης ιδίων/δανειακά κεφάλαια χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί αν υπάρχει ή όχι υπερδανεισμός σε μια επιχείρηση και εκφράζει τη σχέση μεταξύ των ιδίων προς το σύνολο των δανειακών κεφαλαίων. Ο δείκτης αυτός αυξήθηκε από 63,8% το έτος 2000 σε 90,8% το έτος 2001, γιατί αυξήθηκαν τα ίδια κεφάλαια της Panafon-Vodafone. Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο δείκτης τόσο περισσότερη είναι η ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους δανειστές της.¹⁶

5.6 Νέες συμμετοχές και συνεργασίες

Η Panafon-Vodafone προχώρησε σε συνεργασία με επιλεγμένες εταιρείες και αξιοποιώντας αυτές δημιουργεί προστιθέμενες αξίες για τους πελάτες και τους μετόχους της. Οι συνεργασίες αυτές αφορούν κυρίως την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών σύγκλισης κινητής τηλεφωνίας και Internet. Οι

εταιρείες στις οποίες συμμετέχει η Panafon-Vodafone, καθώς και το ποσοστό συμμετοχής της αναφέρονται παρακάτω:

5.6.1 VIZZAVI HELLAS (με ποσοστό 20%)

Στη διάρκεια του έτους 2000 η εταιρεία ανακοίνωσε την πρόθεσή της να συμμετάσχει με ποσοστό 20% σε ανώνυμη εταιρεία με τη Vizzavi Europe για τη δημιουργία της Vizzavi Hellas. Η Vizzavi Hellas δραστηριοποιείται στο χώρο του internet μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile internet) και του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Τη βάση για τη δημιουργία της πύλης www.vizzavi.gr, η οποία ενσωματώνεται στην πανευρωπαϊκή πλατφόρμα του Vizzavi, αποτελεί το www.pan.gr.

5.6.2 BUSINESS EXCHANGES (με ποσοστό 30%)

Η Panafon-Vodafone σταθερά προσανατολισμένη στην υλοποίηση της σύγκλισης των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και Internet με στόχο τη δημιουργία και την ανάπτυξη των συνθηκών εισόδου της χώρας στη Νέα Οικονομία προχώρησε, σε συνεργασία με την Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias και την Hellas On Line, στην ίδρυση μιας νέας εταιρείας με την επωνυμία "Business Exchanges AE". Η Business Exchanges δραστηριοποιείται στο χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business, e-Commerce).¹⁷ Η νέα εταιρεία έχει μετοχικό κεφάλαιο ύψους 2 δισ. δρχ., στο οποίο συμμετέχουν η Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias με ποσοστό 60%, η Panafon-Vodafone με 30% και η Hellas On Line με 10%.

Πρόκειται για μια μεγάλη επιχειρηματική πρωτοβουλία, προϊόν συνεργασίας τριών σημαντικών ελληνικών εταιρειών, που δημιουργεί νέα δεδομένα στην παροχή υπηρεσιών Business to Business (B2B) και στη δημιουργία ηλεκτρονικών αγορών (electronic marketplaces). Στρατηγικός στόχος της Business Exchanges AE είναι να αποτελέσει έναν εκ των βασικών προμηθευτών που παρέχουν υπηρεσίες Business to Business στην Ελλάδα.¹⁸

5.6.3 IDEAL TELECOM (με ποσοστό 51%)

Στη διάρκεια του έτους 2000 οριστικοποιήθηκε η συμφωνία για την απόκτηση του 51% της εταιρείας Ideal Telecom του Ομίλου Ideal, ύστερα από έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Η στρατηγική αυτή κίνηση πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο αξιοποίησης των συνεργιών και αποσκοπεί στη συνεργασία των δύο ομίλων στη συνεχώς εξελισσόμενη αγορά των Data Communications. Πρόκειται για μία αγορά στην οποία η Panafon-Vodafone έχει ήδη πρωταγωνιστικό ρόλο, ενώ η Ideal Telecom αποτελεί μία από τις δυναμικά αναπτυσσόμενες εταιρείες

στο χώρο της παροχής ολοκληρωμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου σε επιχειρήσεις στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.

Οι εταιρείες στις οποίες η Panafon-Vodafone έχει άμεσο μετοχικό ενδιαφέρον είναι οι εξής:

- Panafon Υπηρεσίες Α.Ε 100%
- Panafon Multimedia Α.Ε 100%
- Panafon Εμπορική Α.Ε 100%
- Vodafone Bulgaria AD 20%
- Unifon Α.Ε 19,56%
- Next Net Α.Ε 20,1% (μετά τη συγχώνευση με τη Citicom)
- Mobitel Α.Ε 7,9% (και 17,11% μέσω της Panafon Multimedia)
- I.N.A. Α.Ε. 10,555%
- One Way Α.Ε 13,04% (μέσω της Panafon Εμπορικής)

Πηγή : Panafon-Vodafone, “Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000-Μάρτιος 2001”

5.7 Στόχοι και Προοπτικές

Στις 11 Μαΐου 2001 και στις 18 Μαΐου 2001 αντίστοιχα ολοκληρώθηκε η συγχώνευση της Unifon και της Panafon Εμπορική με την απορρόφηση των δύο εταιρειών από την Panafon-Vodafone. Οι Panafon Εμπορική και Unifon αποτελούσαν τους μεγαλύτερους εμπορικούς συνεργάτες της Panafon-Vodafone.

Με την εν λόγω συγχώνευση και παράλληλα με τη συμμετοχή της Panafon-Vodafone στο μετοχικό κεφάλαιο των εμπορικών της συνεργατών καθετοποιούνται οι προσφερόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες της, ενώ, παράλληλα, διευρύνονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες και βελτιώνεται περαιτέρω η ποιότητά τους.

Στις 24 Μαΐου 2001 ανακοινώθηκε από τις Διοικήσεις των εταιρειών Πάναφον Α.Ε.Ε.Τ. και NextNet Α.Ε. η πρόθεση συγχώνευσης με την απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη.

Οι συγχωνεύσεις θα ενισχύσουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα του management μέσα από την ενιαία διοίκηση και την αξιοποίηση της εξαιρετικής ποιότητας στελεχών των συγχωνευομένων εταιρειών. Παράλληλα, αποτελούν ένα ακόμη βήμα προς την υλοποίηση της αναπτυξιακής στρατηγικής της Panafon-Vodafone για ένα ενοποιημένο δίκτυο προώθησης των υπηρεσιών της που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες μιας ταχέως αναπτυσσόμενης αγοράς.

Οι συγχωνεύσεις δίνουν τη δυνατότητα στη νέα ενοποιημένη εταιρεία να αναδιαρθρώσει το εμπορικό της κόστος, απελευθερώνοντας, έτσι, πόρους

αναγκαίους για την εφαρμογή μιας ακόμα πιο αποτελεσματικής εμπορικής πολιτικής που θα ανταποκρίνεται στις παρούσες συνθήκες ανταγωνισμού.

Η εταιρεία εκτιμά ότι με την ωρίμανση της αγοράς, οι προσπάθειές της πρέπει να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη προγραμμάτων διατήρησης της πελατειακής της βάσης και κινητοποίησής της για αυξημένη χρήση, καθώς και στην πραγματοποίηση συντονισμένων ενεργειών για την ανάπτυξη πρόσθετων υπηρεσιών δεδομένων και την προώθησή τους.

Η νέα δομή θα ενισχύσει επίσης την προσέλκυση νέων πελατών στο δίκτυο της Panafon-Vodafone, αυξάνοντας το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών της καθώς και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της Panafon-Vodafone θα διοχετεύονται στο εξής στην αγορά από εξουσιοδοτημένα καταστήματα αποκλειστικής διάθεσης με την επωνυμία "Vodafone", τα οποία θα έχουν ενιαία εταιρική ταυτότητα και πρότυπη οργάνωση. Τα καταστήματα, τα οποία είτε θα είναι ιδιόκτητα είτε θα λειτουργούν υπό το καθεστώς του "franchise", αναμένεται να ξεπεράσουν σε αριθμό τα 230 μέσα στην τρέχουσα χρήση. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της Panafon-Vodafone θα διατίθενται επίσης σε καταστήματα που προσφέρουν και ανταγωνιστικά προϊόντα.

Η ενοποίηση του δικτύου καθώς και η πιο άμεση πρόσβαση της Panafon-Vodafone στους πελάτες της θα επιτρέψει την αποτελεσματικότερη εφαρμογή συστημάτων CRM (Customer Relationship Management), με στόχο την ελαχιστοποίηση του αριθμού αποσυνδέσεων, τη διατήρηση της υγιούς πελατειακής βάσης και την αύξηση του αερόχρονου. Η φιλοσοφία τέτοιων συστημάτων θα εστιάζεται περισσότερο στην εξυπηρέτηση των ιδιαίτερων αναγκών των πελατών, με στόχο την αύξηση της ικανοποίησής τους από το δίκτυο της Panafon-Vodafone.

Όσον αφορά τους εταιρικούς πελάτες, η Panafon-Vodafone μέσα από τη νέα δομή εστιάζει την προσοχή της στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων ικανών να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες μιας επιχείρησης για επικοινωνία, προσφέροντάς της ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που απαιτούνται στο περιβάλλον της νέας οικονομίας. Η φιλοσοφία της Panafon-Vodafone βασίζεται συνοπτικά στη διερεύνηση και αναγνώριση των αναγκών των επιχειρήσεων και το σχεδιασμό λύσεων ειδικών για κάθε επιχείρηση, με ολοκληρωμένη υποστήριξη και μετά την πώληση – One Stop Shop.

Η εταιρεία θα συνεχίσει την υλοποίηση του επενδυτικού της προγράμματος στις δραστηριότητες που παρατίθενται παρακάτω, ενισχύοντας την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών αλλά και διευρύνοντας τις δραστηριότητές της. Οι επενδύσεις υποδομής για το έτος που έκλεισε στις 31 Μαρτίου 2001 ανήλθαν σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα (IAS) περίπου σε 80,8 δισ. δρχ. (237,1 εκατ. ευρώ). Το σύνολο των επενδύσεων μέχρι το τέλος Μαρτίου 2001, ήταν περίπου 306 δισ. δρχ. (898 εκατ. ευρώ) εξαιρώντας την άδεια. Ανάλογο

* one stop shop: κατάσταση που προσφέρει ολοκληρωμένες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες στους εταιρικούς της πελάτες μέσω της εφαρμογής χώρου ενιαίας εξυπηρέτησης

είναι το επενδυτικό πρόγραμμα των επομένων ετών τόσο για ενίσχυση των σταθμών βάσης και του μικροκυματικού δικτύου κορμού (ανέρχεται περίπου σε 3.800 χλμ.) όσο και για τις υπόλοιπες δραστηριότητες που παρατίθενται παρακάτω. Το επενδυτικό πρόγραμμα θα χρηματοδοτηθεί κυρίως από τις χρηματοροές της εταιρείας. Το δίκτυο, το οποίο αποτελεί το πιο σημαντικό περιουσιακό στοιχείο της εταιρείας, είναι τώρα ενισχυμένο και με οπτικές ίνες και αναμένεται να ξεπεράσει συνολικά τα 1.000 χλμ. σε περίπου 3 χρόνια.

Η Panafon-Vodafone έλαβε άδεια σταθερής ασύρματης τηλεφωνίας (LMDS) τον Δεκέμβριο του 2000 καταβάλλοντας το ποσό των 2,77 δισ. δρχ. (8,1 εκατ. ευρώ). Με την τεχνολογία αυτή που είναι κατάλληλη για πολλαπλού τύπου συνδέσεις, η Panafon-Vodafone θα προσφέρει ολοκληρωμένες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες (σταθερής & κινητής τηλεφωνίας) στους εταιρικούς της πελάτες στα πλαίσια της φιλοσοφίας One Stop Shop.

Το GPRS με βασικά χαρακτηριστικά τη μόνιμη σύνδεση "Always on", την ογκοχρέωση (χρέωση του συνδρομητή ανάλογα με τον όγκο των δεδομένων που χρησιμοποιεί), την ταχύτερη αρχική σύνδεση και τη μεγαλύτερη ταχύτητα διασύνδεσης (έως 40 kbps σήμερα, 100 kbps μελλοντικά), δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας νέων υπηρεσιών και προϊόντων, στη διάθεση των οποίων η νέα εμπορική δομή της εταιρείας θα παίξει σημαντικό ρόλο.

Η Panafon-Vodafone έχει ανακοινώσει την εμπορική διάθεση των GPRS σε συνδρομητές και εταιρικούς πελάτες πανελλαδικά. Οι εταιρικοί πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο εταιρικό τους δίκτυο με τη χρήση του κινητού τους τηλεφώνου και ενός φορητού υπολογιστή, μειώνοντας τα λειτουργικά κόστη και αυξάνοντας την παραγωγικότητά τους.

Η Panafon-Vodafone συμμετέχει με ποσοστό 20% σε κοινή εταιρεία με τη Vizzavi Europe για τη δημιουργία της Vizzavi Hellas, της Ελληνικής πύλης της Vizzavi. Η πύλη αυτή θ' αποτελέσει τον κύριο μοχλό για τη διάδοση και χρήση υπηρεσιών δεδομένων στην κινητή τηλεφωνία.

Η έγκαιρη τοποθέτηση της Panafon-Vodafone σε υπηρεσίες Internet και δεδομένων εγγυάται την επιτυχή εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρουσιάζονται με την εφαρμογή της τεχνολογίας GPRS. Συμπληρωματικά, η στρατηγική της Vodafone για το GPRS καθώς και οι διεθνείς συμφωνίες που έχει συνάψει θα δώσουν τη δυνατότητα για ταχύτερη και καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της Panafon-Vodafone.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της ενοποιημένης εταιρείας εντάσσεται επίσης η επέκταση στα Βαλκάνια σε συνεργασία πάντα με τον Όμιλο Vodafone. Η Panafon-Vodafone υλοποίησε την εγκατάσταση και εκμετάλλευση δικτύου κινητής τηλεφωνίας στην Αλβανία ύστερα από την απόκτηση της δεύτερης άδειας τον Φεβρουάριο του 2001. Στις 2 Αυγούστου 2001, η Panafon-Vodafone ανακοίνωσε την επίσημη έναρξη των δραστηριοτήτων της Vodafone Albania. Η

* κινητή πύλη: ενδιάμεσος κόμβος στο Internet, ο οποίος έχει συγκεντρωμένες πολλές πληροφορίες και επιτρέπει στο χρήστη να αναζητήσει και στη συνέχεια να συνδεθεί με τις ιστοσελίδες που περιέχουν τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν

έναρξη λειτουργίας της Vodafone Albania πραγματοποιήθηκε σε διάστημα μικρότερο των έξι μηνών, από τη στιγμή που έλαβε τη σχετική άδεια από την κυβέρνηση της Αλβανίας. Η Vodafone Albania εκμεταλλευόμενη τη γνώση και την εξειδίκευση τόσο της Panafon-Vodafone όσο και του Ομίλου Vodafone γενικότερα, αναμένεται να προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου στην τοπική αγορά της Αλβανίας.

Τέλος, στις 13 Ιουλίου 2001, η εταιρεία απέκτησε άδεια για την παροχή υπηρεσιών τρίτης γενιάς στη φασματική περιοχή των 2x20 MHz FDD και 5 MHz TDD, έναντι του ποσού των 176,4 εκατ. ευρώ (60,1 δισ. δρχ.). Η τεχνολογία τρίτης γενιάς αναμένεται να προσφέρει γρήγορα και εύκολα πολλές εφαρμογές ασύρματων πολυμέσων, όπως πρόσβαση στο Internet, ηλεκτρονικές αγορές, διασκέδαση, κλπ. Στις 17 Ιουλίου 2001, ολοκληρώθηκε και η διαδικασία χορήγησης αδειών κινητών υπηρεσιών 2^{ης} (GSM-DCS) γενιάς στη φασματική περιοχή των 2x15 MHz DCS και 2x5 MHz GSM έναντι του ποσού των 115 εκατ. ευρώ (39,2 δισ. δρχ.).

Το όραμα της Panafon-Vodafone είναι η δημιουργία του ηγέτη και στις ασύρματες υπηρεσίες πολυμέσων στην Ελλάδα προσφέροντας αξία στους μετόχους, τους πελάτες και την κοινωνία.¹⁹

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. www.vodafone.gr
2. Panafon-Vodafone, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000 – Μάρτιος 2001, σελ. 50

3. Panafon, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 1999 – Μάρτιος 2000, σελ. 6
4. Panafon-Vodafone, ο.π., σελ. 51
5. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, Μάρτιος 2001, Τεύχος 51, σελ. 24
6. Δελτίο Τύπου, Panafon Fleet Manager, 03/04/2000
7. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, ο.π., σελ. 24
8. Panafon-Vodafone, ο.π., σελ. 24
9. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, ο.π., σελ. 27
10. Panafon-Vodafone, ο.π., σελ. 32
11. Panafon.-Vodafone, Επεξεργασία στοιχείων Ισολογισμού – Κ.Α.Χ. Μαρτίου 1999, 2000, 2001,
12. Περιοδικό Netweek, Τεύχος 54, 11 Μαρτίου 2002, σελ. 20
13. Panafon-Vodafone, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000 – Μάρτιος 2001, σελ. 99
14. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, Μάρτιος 2002, Τεύχος 62, σελ. 25
15. Ν. Νιάρχος, Χρημ/κή Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα-Πειραιάς 1996, σελ.54
16. Panafon.-Vodafone, Επεξεργασία στοιχείων Ισολογισμού – Κ.Α.Χ. Μαρτίου 1999, 2000, 2001,
17. Panafon-Vodafone, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000 – Μάρτιος 2001, σελ. 36
18. Δελτίο Τύπου, Business Exchanges S.A., 14/11/2000
19. Panafon-Vodafone, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000 – Μάρτιος 2001, σελ. 72

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ COSMOTE

6.1 Γενικά

Η «Cosmote» ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1996 (ΦΕΚ 6719/3.10.96), με την επωνυμία «Κυψελοειδές Λειτουργικό Σύστημα Κινητών Τηλεπικοινωνιών Α.Ε.»

και έχει έδρα το Δήμο Αθηναίων. Η εταιρεία είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών της Νομαρχίας Αθηνών με αριθμό ΜΑΕ 36581/06/Β/96/102. Η διάρκεια της εταιρείας ορίστηκε αρχικά σε πενήντα χρόνια.

Η εταιρεία μετονομάστηκε με απόφαση της τακτικής Γενικής Συνέλευσης της 2ας Ιουνίου 1999 (ΦΕΚ 6180/28.7.99) και η σημερινή ακριβής επωνυμία της είναι «COSMOTE Κινητές Τηλεπικοινωνίες Α.Ε.». Η εταιρεία χρησιμοποιεί το διακριτικό τίτλο «COSMOTE». ¹

Το δίκτυο της εταιρείας λειτουργεί στην περιοχή των 1800 MHz, όπου της έχουν εκχωρηθεί 2x25 MHz (1760-1785 MHz και 1855-1880 MHz). Η εταιρεία προσφέρει όλο το φάσμα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην τεχνολογία GSM 1800, συμπεριλαμβανομένων και πολλών υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, όπως η υπηρεσία προσωπικού τηλεφωνητή, η υπηρεσία αποστολής και λήψης γραπτών μηνυμάτων (SMS), η εκτροπή και η αναγνώριση κλήσεων. Επίσης, η εταιρεία προσφέρει υπηρεσίες ενημέρωσης και ψυχαγωγίας (με πρόσβαση στο διαδίκτυο) κάτω από την ομπρέλα υπηρεσιών της πύλης κινητών επικοινωνιών «MyCosmos». Από το πρώτο τρίμηνο του 2001 έχει επεκτείνει τις δραστηριότητές της και σε νέες υπηρεσίες GPRS, που παρέχουν τη δυνατότητα μετάδοσης δεδομένων με υψηλές ταχύτητες και οι οποίες αποτελούν πρόδρομο των υπηρεσιών 3^{ης} γενιάς. Τέλος, η εταιρεία παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της να χρησιμοποιούν υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και στο εξωτερικό, σε 111 χώρες, μέσω των 214 διεθνών συμφωνιών περιαγωγής (roaming) που είχε συνάψει μέχρι το Δεκέμβριο του 2000.

Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία λειτουργεί δίκτυο κινητής τηλεφωνίας βάσει Ειδικής Άδειας που της έχει χορηγηθεί ως εξής: Με το άρθρο 14 του Προεδρικού Διατάγματος 437/1995 χορηγήθηκε στον ΟΤΕ «Ειδική Άδεια παροχής υπηρεσιών προσωπικών επικοινωνιών Personal Communication Systems (PCS) μέσω του δικτύου προσωπικών επικοινωνιών Personal Communication Network (PCN), τεχνολογίας DCS-1800 σε πανελλαδική βάση εντός των ζωνών 1710-1785 MHz και 1805-1880 MHz». Στη συνέχεια, με το νόμο 2465/97 η ως άνω Ειδική Άδεια μεταβιβάστηκε στην COSMOTE ως εισφορά σε είδος του ΟΤΕ στην αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου, αξίας 16.346.823.305 δρχ. Η Ειδική Άδεια έχει διάρκεια 25 έτη από τις 29 Νοεμβρίου 1995 και μπορεί να ανανεωθεί με απόφαση της ΕΕΤΤ.

Η Άδεια Λειτουργίας της Cosmote, όπως κάθε Ειδική Άδεια, δεν μπορεί να μεταβιβαστεί χωρίς την προηγούμενη έγκριση της ΕΕΤΤ. Επιπλέον, απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο εκμίσθωση ή συνεκμετάλλευση της Άδειας ή η μεταβολή της σύνθεσης του Εταιρικού Κεφαλαίου της εταιρείας, που οδηγεί σε άμεση ή έμμεση αλλαγή του ελέγχου της διοίκησής της, χωρίς προηγούμενη έγκριση της ΕΕΤΤ. Τέλος, κάθε μεταβίβαση μετοχών σε μία ή περισσότερες πράξεις, ίση ή μεγαλύτερη από το δύο τοις εκατό (2%) του εταιρικού κεφαλαίου της εταιρείας, γνωστοποιείται στην ΕΕΤΤ εντός δεκαπέντε (15) ημερών από της πραγματοποιήσεώς της. Τα ανωτέρω ισχύουν για όλους τους κατόχους Ειδικών Αδειών.

6.2 Πελάτες

Οι χρήστες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα στις 31 Δεκεμβρίου 2000 ανήλθαν συνολικά σε 5,93 εκατομμύρια, που αντιπροσωπεύει βαθμό διείσδυσης στην ελληνική αγορά της τάξεως του 55%. Την ίδια χρονική στιγμή η Cosmote είχε 2,06 εκατομμύρια πελάτες, αριθμός που αντιστοιχεί σε μερίδιο αγοράς της τάξεως του 34,7%.

Ο πίνακας που ακολουθεί περιγράφει την εξέλιξη του αριθμού των συνδρομητών της Cosmote στο σύνολο της Ελληνικής αγοράς για την περίοδο 1998-2000.

Πίνακας 5 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Cosmote

Πελάτες	31/12/1998	31/12/1999	31/12/2000
Σύνολο πελατών αρχής περιόδου	0	298.838	1.048.352
Σύνολο νέων συνδέσεων	298.838	749.514	1.012.659
Σύνολο πελατών τέλους περιόδου	298.838	1.048.352	2.061.011
Αριθμός πελατών βάσει συμβολαίου	262.154	677.766	1.205.065
Αριθμός πελατών προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας	36.684	370.586	855.946
Ποσοστιαία αύξηση πελατών	-	251%	97%
Δείκτης αποσυνδέσεων*	3,25%	7,50%	13,20%
Μέγεθος ελληνικής αγοράς κινητής τηλεφωνίας**	2.055.884	3.894.312	5.932.572
Μερίδιο αγοράς Cosmote***	14,5%	26,9%	34,7%
Βαθμός διείσδυσης Cosmote****	3%	10%	19%
Βαθμός διείσδυσης κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα*****	21%	37%	55%

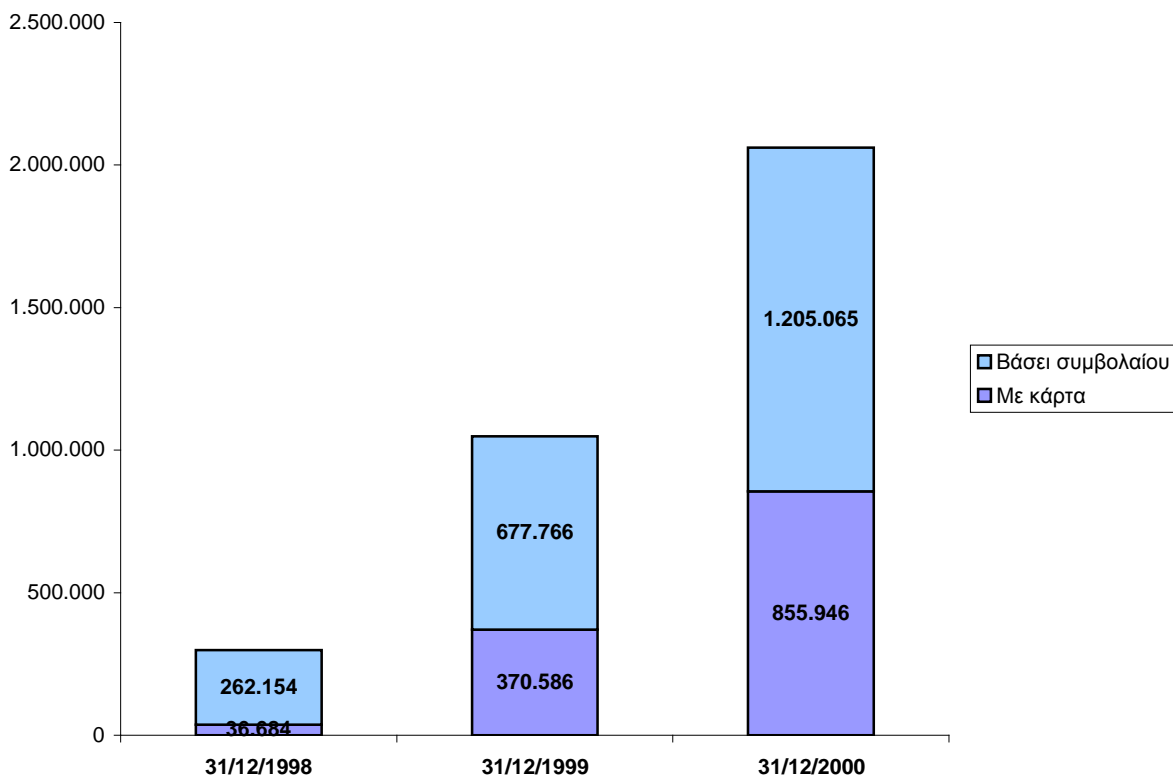
* Ο δείκτης αποσυνδέσεων υπολογίζεται διαιρώντας το συνολικό αριθμό των ακούσιων και εκούσιων αποσυνδέσεων μιας περιόδου με το μέσο αριθμό πελατών για την ίδια περίοδο

** Βάσει δημοσιευμένων στοιχείων για τον αριθμό της PANAFON-VODAFONE A.E. και της STET Hellas A.E.

*** Το ποσοστό αυτό υπολογίζεται με βάση τον αριθμό συνδρομητών της Cosmote επί του συνολικού αριθμού συνδρομητών στην Ελλάδα

**** Ο αριθμός συνδρομητών της Cosmote επί του πληθυσμού της Ελλάδας

***** Ο συνολικός αριθμός συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα



Διάγραμμα 3 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Cosmote
 Πηγή: Cosmote, “Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000”

Στη διάρκεια του α' τριμήνου 2001, η Cosmote απέκτησε επιπλέον 223.877 νέους πελάτες συνολικά, με αποτέλεσμα το σύνολο των πελατών της στις 31 Μαρτίου 2001 να φθάσει τους 2.284.888 πελάτες [εκτιμώμενο μερίδιο αγοράς 35,8%, σύμφωνα με δημοσιευμένα στοιχεία πελατών για το πρώτο τρίμηνο 2001, από την Panafon-Vodafone (2.340.020) και από τη Stet Hellas (1.761.563)].

Η εταιρεία πιστεύει ότι με την άμεση επαφή με τους πελάτες της, μέσω του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών, αναπτύσσει μαζί τους στενότερη σχέση. Τα 500 άτομα περίπου που στελεχώνουν το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών της Cosmote έχουν τη δυνατότητα χειρισμού κλήσεων σε πολλές γλώσσες, ενώ υπάρχει και ένα αυτόματο σύστημα φωνητικής ενημέρωσης για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της εταιρείας.

Στα πλαίσια της καλύτερης εξυπηρέτησης πελατών, η Cosmote έχει δημιουργήσει ειδικά τμήματα που ασχολούνται με τις εταιρικές συνδέσεις, τις νέες συνδέσεις και τις πωλήσεις. Η δημιουργία ειδικού τμήματος για τις εταιρικές συνδέσεις είναι μια πρωτοβουλία της εταιρείας για την επικέντρωση στους εταιρικούς πελάτες και την ολοκληρωμένη παροχή σε αυτούς ποιοτικών και εξειδικευμένων υπηρεσιών.

6.3 Προϊόντα και Υπηρεσίες

6.3.1 Γενικά

Το κύριο αντικείμενο εργασιών της Cosmote είναι η παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Η εταιρεία προσφέρει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας βάσει συμβολαίου και υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας. Επιπλέον, η εταιρεία προσφέρει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως προσωπικό τηλεφωνητή, δυνατότητα αποστολής/λήψης γραπτών μηνυμάτων, προώθηση κλήσεων, αναγνώριση κλήσεων, υπηρεσίες πληροφοριών και προηγμένες υπηρεσίες με τη χρήση των τεχνολογιών WAP, SIM Microbrowser και Voice Recognition (αναγνώριση φωνής). Επίσης, από το Μάρτιο του 2001 προσφέρει στους εταιρικούς της πελάτες και σε όλους τους συνδρομητές με συμβόλαιο υπηρεσίες GPRS.

6.3.2 Υπηρεσίες βάσει Συμβολαίου

Η Cosmote έχει το μεγαλύτερο αριθμό πελατών βάσει συμβολαίου στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας, με σύνολο 1.205.065 συνδρομητές στις 31 Δεκεμβρίου 2000. Η εταιρεία προσφέρει στους πελάτες της βάσει συμβολαίου υπηρεσίες δικτύου GSM και μια σειρά από υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, χωρίς να επιβαρύνει το συνδρομητή με επιπλέον μηνιαίο τέλος. Οι υπηρεσίες προσφέρονται στους συνδρομητές με συμβόλαιο (ιδιώτες και μικρές επιχειρήσεις που έχουν λιγότερες από 11 συνδέσεις) με δύο βασικά προγράμματα, με σκοπό τη μεγιστοποίηση της χρήσης και των εσόδων ανά συνδρομητή, ελέγχοντας ταυτόχρονα το ρυθμό των αποσυνδέσεων. Τα δύο βασικά προγράμματα χρήσης περιλαμβάνουν διαφορετικό μηνιαίο πάγιο τέλος και ίδια χρέωση κλήσεων για εξερχόμενες κλήσεις ανά δευτερόλεπτο, προσαυξημένη με τις χρεώσεις για τη χρήση των υπηρεσιών περιαγωγής όταν ο πελάτης βρίσκεται στο εξωτερικό.

Τα προγράμματα χρήσης της Cosmote δεν διαφοροποιούνται ως προς τις χρεώσεις κλήσεων μεταξύ κλήσεων σε ώρες αιχμής ή μη, ούτε μεταξύ αστικών ή υπεραστικών κλήσεων εντός της Ελλάδας. Οι διεθνείς κλήσεις που πραγματοποιούνται από πελάτες της Cosmote επιβαρύνονται με το αντίστοιχο τέλος διεθνών συνδιαλέξεων του ΟΤΕ για τη χώρα προορισμού της κλήσης, πλέον των χρεώσεων για εθνικές κλήσεις της Cosmote, ανάλογα με το πρόγραμμα χρήσης.

6.3.3 Ειδικά Προγράμματα για Εταιρικούς Πελάτες

Στα πλαίσια της στρατηγικής της εταιρείας για αύξηση του αριθμού των εταιρικών της συνδέσεων, η Cosmote έχει δημιουργήσει ειδικά προγράμματα με μειωμένες χρεώσεις και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που απευθύνονται αποκλειστικά σε εταιρικούς πελάτες. Ως εταιρικοί πελάτες θεωρούνται οι

συνδρομητές-εταιρείες βάσει συμβολαίου που διατηρούν έντεκα ή περισσότερες συνδέσεις στο δίκτυο της Cosmote.

Τα βασικά χαρακτηριστικά τους έχουν ως εξής:

- Έντεκα ή περισσότερες συνδέσεις ανά πελάτη
- Χαμηλό μηνιαίο τέλος 2.000 δρχ. ανά σύνδεση
- Κλιμακούμενες χρεώσεις χρόνου ομιλίας ανάλογα με τον προορισμό της κλήσης
- Επιδοτήσεις στις συσκευές κινητής τηλεφωνίας βάσει του αριθμού των συνδέσεων
- Ανταμοιβή υψηλής χρήσης με εκπτώσεις στο τέλος του χρόνου
- Πρόγραμμα ανανέωσης συσκευής μετά την πάροδο 12 μηνών ανάλογα με τη χρήση

Συνολικά για το έτος 2000, ο αριθμός των εταιρικών πελατών ανήλθε σε 2.451 (ετήσια αύξηση 250%) με 61.423 συνδέσεις (ετήσια αύξηση 151%). Κατά το πρώτο τρίμηνο του έτους 2001 προστέθηκαν 594 νέοι εταιρικοί πελάτες και 14.837 επιπλέον συνδέσεις (αύξηση 24% στον αριθμό πελατών, αλλά και συνδέσεων). Από το σύνολο των εταιρικών πελατών, πάνω από 100 εταιρείες αποτελούν πελάτες με περισσότερες από 100 συνδέσεις, ενώ περίπου 30 εταιρείες αποτελούν πελάτες με περισσότερες από 200 συνδέσεις.

Επιπλέον, η εταιρεία προσφέρει στους εταιρικούς πελάτες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως το Ιδεατό Ιδιωτικό Δίκτυο (VPN) και το Direct Access (Άμεση Πρόσβαση), οι οποίες μπορούν να προσαρμοστούν στις εξειδικευμένες ανάγκες τους.

6.3.4 Υπηρεσίες Προπληρωμένης Κινητής Τηλεφωνίας (Καρτοκινητή Τηλεφωνία)

Το Δεκέμβριο του 1998 η Cosmote άρχισε να προσφέρει υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας με την εμπορική ονομασία «COSMOKARΤΑ». Το Δεκέμβριο του 2000 η εταιρεία είχε 855.946 συνδρομητές καρτοκινητής τηλεφωνίας (41,5% περίπου του συνόλου των πελατών της), έναντι 370.586 συνδρομητών (35,3% του συνόλου των πελατών της) το Δεκέμβριο του 1999.

Η υπηρεσία παροχής εισερχομένων κλήσεων περιαγωγής στους πελάτες καρτοκινητής τηλεφωνίας άρχισε να προσφέρεται στις αρχές του 2001, αφού ολοκληρώθηκαν επιτυχώς μέσα στο τελευταίο τρίμηνο του 2000 οι σχετικές τεχνικές δοκιμές.

6.3.5 Υπηρεσίες Προστιθέμενης Αξίας

Η Cosmote παρακολουθεί όλες τις εξελίξεις στην αγορά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας και προσπαθεί να προσφέρει αυτές τις υπηρεσίες που

ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών της και αυξάνουν τα συνολικά έσοδά της. Οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας που προσφέρει η εταιρεία είναι οι ακόλουθες:

➤ **Υπηρεσία «MyCosmos»:**

Η Cosmote εγκαινίασε την πύλη κινητής επικοινωνίας (mobile portal) «MyCosmos» το Σεπτέμβριο του 2000, ενώ κάποια τμήματα της υπηρεσίας είχαν ξεκινήσει νωρίτερα, από το Φεβρουάριο του 2000. Πρόκειται για ένα πακέτο προηγμένων υπηρεσιών από τον κόσμο του Internet, το οποίο η Cosmote προσφέρει για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών της, όσον αφορά στην ενημέρωση, στην ψυχαγωγία, στις οικονομικές συναλλαγές, στην ηλεκτρονική επικοινωνία και στην πρόσβαση στο Internet, οποιαδήποτε στιγμή από το κινητό τηλέφωνο.

Η Cosmote, θέλοντας να δώσει έμφαση στην υπηρεσία και όχι μόνο στην τεχνολογία, δημιούργησε το «MyCosmos», το οποίο συγκεντρώνει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Δυνατότητα πρόσβασης σε όλους τους πελάτες (συνδρομητές και κατόχους COSMOKAPTA)
- Δυνατότητα πρόσβασης από οποιαδήποτε συσκευή
- Δυνατότητα πρόσβασης από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου

Οι βασικές κατηγορίες υπηρεσιών που προσφέρονται είναι:

- **Υπηρεσίες Ενημέρωσης**, που παρέχουν νέα στους τομείς της πολιτικής, της οικονομίας, των αθλητικών ειδήσεων και άλλες γενικές πληροφορίες.
- **Υπηρεσίες Ψυχαγωγίας**, που περιλαμβάνουν ένα παιχνίδι γνώσεων (quiz), καθώς και πληροφορίες για θέατρα, κινηματογράφους κ.α.
- **Οικονομικές Υπηρεσίες**, στις οποίες περιλαμβάνεται η υπηρεσία Mobile Banking, μέσω της οποίας ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιεί με ασφάλεια τραπεζικές συναλλαγές. Η υπηρεσία προσφέρεται σε συνεργασία με την Τράπεζα Πειραιώς. Επίσης, περιλαμβάνεται υπηρεσία που παρέχει σε πραγματικό χρόνο πληροφορίες για την πορεία μετοχών του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών.
- **Υπηρεσίες Επικοινωνίας**, στις οποίες περιλαμβάνεται η Υπηρεσία E-Mail, που δίνει τη δυνατότητα στους συνδρομητές της Cosmote να λαμβάνουν και να στέλνουν μηνύματα (e-mails) μέσω του κινητού τους τηλεφώνου.

Επιπλέον, παρέχεται πρόσβαση σε άλλα συνεργαζόμενα sites, όπως το διεθνώς πρωτοπόρο portal YAHOO. Ακόμη, παρέχεται πρόσβαση σε οποιοδήποτε site του Mobile Internet, αρκεί αυτό να είναι συμβατό με την τεχνολογία WAP.

Η πρόσβαση παρέχεται με απλό και φιλικό προς το χρήστη τρόπο, μέσω τεσσάρων εναλλακτικών τεχνολογιών. Έτσι ο χρήστης διαλέγει τον τρόπο πρόσβασης που του ταιριάζει καλύτερα, σύμφωνα με την τεχνολογία που υποστηρίζεται από τη συσκευή του.²

Οι τέσσερις τρόποι πρόσβασης είναι:

- Μέσω σύντομου γραπτού μηνύματος (SMS)
- Μέσω αναγνώρισης φωνής (Voice Recognition), η οποία επιτρέπει στον πελάτη με φωνητική εντολή να ζητήσει οποιαδήποτε πληροφορία. Η πρώτη

υπηρεσία που προσφέρεται μέσω αυτής της τεχνολογίας είναι η υπηρεσία Χ.Α.Α.

- Μέσω WAP (απαιτείται η κατοχή κινητού τηλεφώνου που υποστηρίζει το συγκεκριμένο πρωτόκολλο).
- Μέσω του μενού της ειδικής SIM κάρτας «MyCosmos», στην οποία βρίσκεται ενσωματωμένος ο SIM Toolkit (STK) Microbrowser, που αποτελεί αποκλειστικότητα της Cosmote. Η εν λόγω κάρτα εξασφαλίζει ευκολία στη χρήση, μέσω μενού και προσφέρει ασφάλεια στις συναλλαγές.³

Για την παροχή των υπηρεσιών του «MyCosmos», η Cosmote συνεργάζεται με έναν αριθμό εταιρειών από την ελληνική και την παγκόσμια αγορά, όπως είναι το YAHOO, ο ANT1 και ο Flash Multimedia στον τομέα του περιεχομένου, η Microsoft, η Nokia, η Ericsson και η Across στον τομέα της τεχνολογίας και η Τράπεζα Πειραιώς στον τομέα των τραπεζικών συναλλαγών.⁴

➤ **Υπηρεσία Πακέτου Καρτοκινητής Τηλεφωνίας «WHATS UP»:**

Τον Ιούνιο του 2001 η Cosmote ξεκίνησε την εμπορική διάθεση του πρωτοποριακού πακέτου καρτοκινητής τηλεφωνίας WHATS UP, το οποίο διαθέτει δύο αποκλειστικά χαρακτηριστικά, την υπηρεσία CHAT (συνομιλία μεταξύ χρηστών μέσω μηνυμάτων) και τη χρέωση των SMS βάσει χρήσης, κάτι το οποίο έχει τύχει θερμής αποδοχής κυρίως στους νέους ηλικιακά χρήστες.⁵

6.3.6 Οι υπάρχουσες υπηρεσίες της Cosmote είναι:

➤ **Υπηρεσία Σύντομων Γραπτών Μηνυμάτων:** Η υπηρεσία διατίθεται σε όλους τους πελάτες και η χρήση της αυξάνεται συνεχώς. Το δίκτυο της Cosmote το Δεκέμβριο του 2000 διεκπεραίωσε περισσότερα από 84,5 εκατομμύρια σύντομα γραπτά μηνύματα, που αντιστοιχούν σε περίπου 34 μηνύματα το μήνα ανά συνδρομητή, έναντι περίπου 21 εκατομμυρίων μηνυμάτων το Δεκέμβριο του 1999. Επιπλέον, τα έσοδα από τα σύντομα γραπτά μηνύματα (SMS) το έτος 2000 αυξήθηκαν κατά 509% και αναλογούν στο 8,6% του συνολικού κύκλου εργασιών, σε σύγκριση με 2,5% για το ίδιο διάστημα πέρυσι.

➤ **Υπηρεσία Καταλόγου και Σύνδεσης – Cosmoσύνδεση:** Η υπηρεσία καταλόγου προσφέρει στους συνδρομητές της εταιρείας άμεσα διαθέσιμες πληροφορίες καταλόγου συνδρομητών Cosmote και ΟΤΕ (εφόσον δεν έχουν αποκλείσει την εγγραφή τους από τους αντίστοιχους τηλεφωνικούς καταλόγους). Επιπρόσθετα, παρέχεται η δυνατότητα απευθείας σύνδεσης (Cosmoσύνδεση) στους πελάτες κινητής τηλεφωνίας της Cosmote με πελάτες του δημόσιου δικτύου σταθερής τηλεφωνίας του ΟΤΕ, καθώς και με πελάτες των άλλων δικτύων κινητής τηλεφωνίας.

➤ **Υπηρεσία Προσωπικού Τηλεφωνητή:** Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε όλους τους πελάτες της εταιρείας, η πλειοψηφία των οποίων τη χρησιμοποιεί και προσφέρει τη δυνατότητα στον καλούντα να διεκπεραιώσει την κλήση του και να αφήσει μήνυμα όταν ο πελάτης δεν είναι διαθέσιμος, ή η γραμμή του είναι κατειλημμένη, ή βρίσκεται εκτός κάλυψης. Η εταιρεία προσφέρει επίσης, τη

δυνατότητα προηγμένων υπηρεσιών τηλεφωνητή, όπως η αποστολή και η λήψη fax και η υπηρεσία υπενθύμισης μέσω γραπτών μηνυμάτων.

➤ **Υπηρεσία Infoexpress 1650:** Η υπηρεσία αυτή, που είναι διαθέσιμη σε όλους τους συνδρομητές της Cosmote, είναι ένα σύστημα προηχογραφημένων μηνυμάτων, που παρέχει 24ωρη γενική ενημέρωση σχετικά με το δίκτυο και τις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας της Cosmote, όπως την κάλυψη του δικτύου, τη δυνατότητα περιαγωγής και τα τιμολόγια.

➤ **Υπηρεσία Πρόσβασης στο Διαδίκτυο:** Η Cosmote παρέχει στους πελάτες της δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο από τους προσωπικούς υπολογιστές τους, μέσω των κινητών τηλεφώνων και των Ενιαίων Πανελλαδικών Αριθμών Κλήσης (ΕΠΑΚ) στο διαδίκτυο.

➤ **Internet and Mobile Commerce:** Η εταιρεία θα είναι έτοιμη να προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου από το κινητό τηλέφωνο, όταν αναπτυχθεί το θεσμικό πλαίσιο για ασφαλείς συναλλαγές στην Ελλάδα. Σε πρώτη φάση, η εταιρεία ίδρυσε τον Αύγουστο του 2000, με τη συμμετοχή της εταιρείας «Μεγάλα Καταστήματα», η οποία έχει την άδεια στην Ελλάδα για τα σήματα Virgin για προϊόντα μουσικής, ένα «ηλεκτρονικό κατάστημα» στο οποίο διαφημίζονται και πωλούνται τα προϊόντα της εταιρείας «Μεγάλα Καταστήματα», όπως CD, DVD και άλλα συναφή προϊόντα.

➤ **Υπηρεσία Αποστολής και Λήψης Fax/Δεδομένων:** Η Cosmote παρέχει, επίσης, στους συνδρομητές της, βάσει συμβολαίου, τη δυνατότητα αποστολής και λήψης fax και δεδομένων, με ταχύτητα επικοινωνίας που φτάνει μέχρι και 9,6 kbps.

6.3.7 Εταιρικές Υπηρεσίες

Η Εταιρεία προσφέρει μια σειρά από νέες υπηρεσίες προστιθέμενες αξίας, προσαρμοσμένες στις ανάγκες των εταιρικών πελατών. Οι υπηρεσίες αυτές που προσφέρονται προς τους εταιρικούς πελάτες είναι οι εξής:

➤ **Ιδιωτικό Ιδεατό Δίκτυο (Virtual Private Network) :** Η υπηρεσία αυτή εγκαινιάστηκε τον Απρίλιο του 2000 και έχει στόχο να διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των κινητών τηλεφώνων της εταιρείας, χρησιμοποιώντας ιδιωτικό σχέδιο αριθμοδότησης και εφαρμόζοντας ειδικές χρεώσεις. Παράλληλα, η υπηρεσία παρέχει τη δυνατότητα περιορισμού κλήσεων (call barring), ανάλογα με την επιθυμητή χρήση κάθε κινητού τηλεφώνου.

➤ **Άμεση Πρόσβαση (Direct Access):** Η υπηρεσία αυτή εγκαινιάστηκε τον Απρίλιο του 2000 και προσφέρει χαμηλότερες χρεώσεις για κλήσεις μεταξύ του συνδρομητικού κέντρου (PBX) της εταιρείας και των εταιρικών κινητών τηλεφώνων.

Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε εταιρείες με μεγάλο αριθμό εταιρικών συνδέσεων και υλοποιείται με απευθείας σύνδεση του τηλεφωνικού κέντρου της

εταιρείας με το δίκτυο της Cosmote. Εκτός από την αύξηση της κίνησης, η υπηρεσία συμβάλλει σημαντικά στη διατήρηση των εταιρικών συνδέσεων, μια και απαιτείται ειδική εγκατάσταση.⁶

➤ **Wireless Office (Ασύρματο Γραφείο)** : Η υπηρεσία αυτή προσφέρεται από την Cosmote, από τον Απρίλιο του 2000. Οι κλήσεις μεταξύ των κινητών και σταθερών τηλεφώνων στο χώρο της εταιρείας πραγματοποιούνται εντελώς δωρεάν. Με την υπηρεσία Cosmote Wireless Office, δημιουργείται μέσα στις εγκαταστάσεις της εταιρείας ένα ιδιωτικό, αυτόνομο δίκτυο επικοινωνιών GSM, το οποίο συνδέεται με το δίκτυο Cosmote. Το ιδιωτικό αυτό δίκτυο μπορεί να καλύπτει ένα κτίριο ή και περισσότερα, καθώς και τον περιβάλλοντα χώρο αυτών.⁷

➤ **Μισθωμένες Γραμμές (Leased Lines)**: Η υπηρεσία παρέχει διασύνδεση σε εταιρικούς πελάτες για κλήσεις φωνής, δεδομένων (data) και fax, μέσω ιδιωτικού τηλεπικοινωνιακού δικτύου που της παρέχει η Cosmote. Η υπηρεσία προσφέρεται με σταθερή μηνιαία χρέωση, ανεξάρτητα από τον αριθμό και τη διάρκεια των κλήσεων.

➤ **Εταιρική Γραμμή (Business Line)**: Η υπηρεσία παρέχει τη δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ των σταθερών και των κινητών τηλεφώνων μιας εταιρείας, με ειδική χρέωση, μέσω του δικτύου της Cosmote. Η υπηρεσία διατίθεται από το Φεβρουάριο του 2000 και απευθύνεται σε μεγαλύτερες εταιρείες.⁸

➤ **Σύστημα GSM Pro**: Το GSM Pro προσφέρει ένα συνδυασμό κινητών υπηρεσιών GSM και υπηρεσιών ιδιωτικών ραδιοδικτύων (PMR). Οι υπηρεσίες αυτές απευθύνονται σε κατασκευαστικές εταιρείες, εταιρείες με στόλους οχημάτων κ.τ.λ. Το σύστημα αυτό επιτρέπει σε κλειστές ομάδες να επικοινωνούν μεταξύ τους, χωρίς να απαιτείται η ύπαρξη ειδικού δικτύου.⁹

6.3.8 Υπηρεσία GPRS

Μέχρι το τέλος του Ιανουαρίου του 2001 η Cosmote ξεκίνησε την παροχή υπηρεσιών GPRS, όπως μετάδοση δεδομένων, υπηρεσίες WAP, καθώς και υπηρεσίες Internet, σε δύο επιλεγμένους μεγάλους εταιρικούς πελάτες της, την BP Hellas A.E. και την Coca-Cola Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως Α.Ε., επιδιώκοντας την εξοικείωσή τους με τη νέα τεχνολογία και την καλύτερη κατανόηση των αναγκών τους.¹⁰

Στα τέλη Μαρτίου 2001 η Cosmote ξεκίνησε την εμπορική εκμετάλλευση του GPRS με την παροχή υπηρεσιών βασισμένων στην τεχνολογία αυτή στο σύνολο των συνδρομητών βάσει συμβολαίου. Η τεχνολογία αυτή παρέχει τη δυνατότητα επικοινωνίας δεδομένων (data) με ταχύτητα έως και 171,2 kbps, προσφέροντας έτσι τη δυνατότητα πρόσβασης στο Internet με εύκολο, γρήγορο

και οικονομικό τρόπο. Ο συνδρομητής είναι συνέχεια συνδεδεμένος με το δίκτυο (always connected), αλλά χρεώνεται μόνο όταν κάνει χρήση των υπηρεσιών.

Η υποδομή GPRS της Cosmote υποστηρίζει σήμερα ταχύτητες άνω των 100 kbps, σε σχέση με τα 9,6 kbps που επιτυγχάνονταν μέχρι σήμερα. Στην αγορά διατίθενται ήδη τερματικές συσκευές που υποστηρίζουν ταχύτητες μέχρι 40 kbps. Η χρήση των υπηρεσιών GPRS εκτιμάται ότι θα αυξάνεται σταδιακά, ανάλογα και με τη διαθεσιμότητα των συσκευών που θα θέτουν σε κυκλοφορία οι κατασκευαστές.

Οι υπηρεσίες GPRS που παρέχει η Cosmote σε αυτό το στάδιο είναι πρόσβαση στο Διαδίκτυο, καθώς και WAP μέσω GPRS. Σε πιλοτική λειτουργία βρίσκεται η υπηρεσία απομακρυσμένης πρόσβασης σε Εταιρικά Δίκτυα (Remote Intranet/LAN Access), ενώ στο στάδιο της ανάπτυξης βρίσκονται εφαρμογές που αξιοποιούν τη νέα τεχνολογία, καθώς και η δυνατότητα περιαγωγής.

Η εμπορική διάθεση των υπηρεσιών GPRS δεν είναι παρά το αρχικό στάδιο της νέας γενιάς κινητής τηλεφωνίας, ενώ θα απαιτηθεί μια περίοδος ωρίμανσης προκειμένου να τελειοποιηθεί η τεχνολογία σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, να τεθούν σε εμπορική λειτουργία νέες συσκευές και κυρίως να εξοικειωθούν οι χρήστες των κινητών τηλεφώνων με τις δυνατότητες που ανοίγονται με τις νέες υπηρεσίες δεδομένων.

6.3.9 Μετάδοση δεδομένων με υψηλότερες ταχύτητες

Η Cosmote διαθέτει υπηρεσίες μετάδοσης δεδομένων με ταχύτητα 14,4 kbps, καθώς έχει εγκαταστήσει σε όλο το Δίκτυο υποδομή για την τεχνολογία HSCSD (High Speed Circuit Switched Data), κατά το τελευταίο τρίμηνο του 2000. Χρησιμοποιώντας τις νέες αυτές δυνατότητες οι συνδρομητές της Cosmote έχουν γρηγορότερη πρόσβαση στις υπηρεσίες MyCosmos μέσω WAP, στις υπηρεσίες Διαδικτύου (εφάμιλλη του σταθερού δικτύου) και μετάδοση πληροφοριών (data). Παράλληλα, η Cosmote το πρώτο τρίμηνο του 2001 αναβάθμισε την υφιστάμενη υπηρεσία μεταφοράς δεδομένων (Circuit Switched), με την εμπορική διάθεση της δυνατότητας HSCSD (High Speed Circuit Switched Data) στο σύνολο της συνδρομητικής βάσης, η οποία προσφέρει στους χρήστες ταχύτητες μέχρι και 57,6 kb/sec, εφόσον υποστηρίζονται από τη συσκευή. Η δυνατότητα HSCSD είναι μέρος του υφιστάμενου πακέτου Data/Fax, που περιλαμβάνει επίσης τις υπηρεσίες Fax και Fax-Mail.

Με τη βοήθεια του GPRS και σε συνδυασμό με το HSCSD αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά η χρήση του κινητού τηλεφώνου ως μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο (Internet) και το εταιρικό δίκτυο (Intranet), εφόσον θα είναι σημαντικά ταχύτερη και πιο συμφέρουσα οικονομικά.

Πέρα από τις δύο αυτές χρήσεις, το GPRS αναμένεται να βελτιώσει σημαντικά πολλές από τις υπάρχουσες υπηρεσίες (όπως η πρόσβαση στις υπηρεσίες MyCosmos μέσω WAP), αλλά και να οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων εφαρμογών, με την ταυτόχρονη ανάπτυξη κατάλληλων τερματικών συσκευών.

6.3.10 Περιαγωγή

Οι υπηρεσίες περιαγωγής παρέχουν τη δυνατότητα σε συνδρομητές που βρίσκονται στο εξωτερικό να καλούν και να λαμβάνουν κλήσεις κάνοντας χρήση δικτύων κινητής τηλεφωνίας στη χώρα που βρίσκονται, ενώ πληρώνουν για τις υπηρεσίες αυτές την εταιρεία με την οποία είναι συμβεβλημένοι στη χώρα τους. Έως το τέλος Μαρτίου 2001 η Cosmote είχε υπογράψει 231 συμφωνίες περιαγωγής σε 114 χώρες, εκ των οποίων οι 184 συμφωνίες σε 94 χώρες είχαν τεθεί σε λειτουργία. Η εταιρεία εξετάζει συνέχεια τη σύναψη νέων συμφωνιών περιαγωγής, ώστε να εξυπηρετήσει τις απαιτήσεις των πελατών της για διεθνή περιαγωγή, καθώς επίσης και να αυξήσει το μερίδιό της στις υπηρεσίες περιαγωγής σε χρήστες που επισκέπτονται την Ελλάδα για τουρισμό ή επαγγελματικούς λόγους.

6.4 Δίκτυο Πωλήσεων

Η Cosmote προωθεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μέσω ενός εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων που αποτελείται από:

- α) Δίκτυο κυρίων αντιπροσώπων που αποτελείται από επτά αποκλειστικούς και ένα μη αποκλειστικό κύριο αντιπρόσωπο, καθώς και τέσσερις μικρότερους αντιπροσώπους (εφεξής «αντιπρόσωποι» ή «εμπορικοί συνεργάτες»).
- β) Πέντε αποκλειστικά καταστήματα Cosmote, τρία στην Αθήνα και δύο στη Θεσσαλονίκη.
- γ) Διεύθυνση Απευθείας Πωλήσεων Cosmote σε μεγάλους πελάτες, και
- δ) Δύο διανομείς για τη διάθεση των προϊόντων COSMOKAPTA και των καρτών ανανέωσης χρόνου ομιλίας: την εταιρεία ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε. και τα Ελληνικά Ταχυδρομεία.

Δίκτυο Αντιπροσώπων

Οι εμπορικοί συνεργάτες άμεσα και μέσω των δικών τους δικτύων διανομής προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας σε περισσότερα από 3.000 σημεία πώλησης, η μεγάλη πλειοψηφία των οποίων βρίσκεται στις μεγάλες πόλεις. Ο αντιπρόσωπος ενεργεί ως εμπορικός αντιπρόσωπος της Cosmote για τη μεσολάβηση σύναψης συμβάσεων με συνδρομητές βάσει συμβολαίου, έναντι προμήθειας και την προώθηση των προϊόντων COSMOKAPTA της εταιρείας.

Οι αποκλειστικοί αντιπρόσωποι της εταιρείας είναι οι ακόλουθοι: «ΟΤΕ», Altcom A.E. («Altcom»), Klimaphone A.E. («Klimaphone»), Σ. Μπενρουμπή

A.E. («Μπενρουμπή Net»), Πλαίσιο Computers A.E. («Πλαίσιο»), Sanyocom A.E. («Sanyocom»), Spacephone A.E. («Spacephone»).

Η Cosmote έχει συνάψει συμφωνία μη αποκλειστικής αντιπροσωπείας με την εταιρεία «Γερμανός Μπαταρίες Α.Ε.», σύμφωνα με την οποία η τελευταία θα διαθέτει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Cosmote μέσω της αλυσίδας των 310 καταστημάτων λιανικής που διαθέτει (συμπεριλαμβανομένων των σημείων πώλησης της Multirama).

Επίσης, η εταιρεία έχει συνάψει συμφωνίες αντιπροσωπείας με τις εταιρείες «Valuenet» (διανομέας των υπηρεσιών της ΟΤΕnet), «Maritel» (θυγατρική εταιρεία του ΟΤΕ που παρέχει τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες στο ναυτιλιακό κόσμο), «Eurobank Cards» (θυγατρική εταιρεία της EFG Eurobank Ergasias που δραστηριοποιείται στον τομέα των πιστωτικών καρτών) και την One Way, Ανώνυμη Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών ΑΕΒΕ.

Σημειώνεται ότι τον Απρίλιο του 2001 η εταιρεία βρισκόταν στο τελικό στάδιο διαπραγματεύσεων για την υπογραφή της σύμβασης αντιπροσωπείας με την εταιρεία «Carrefour-Μαρινόπουλος Α.Ε.».

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ο αριθμός των σημείων που διέθεταν τις υπηρεσίες της Cosmote την 31^η Δεκεμβρίου 2000:

Πίνακας 6 – Εμπορικοί Συνεργάτες της Cosmote

Εμπορικοί Συνεργάτες	Σημεία Πώλησης
ΟΤΕ	470
Altcom	585
Γερμανός	310
Klimaphone	290
Μπενρουμπή Net	105
Πλαίσιο	11
Sanyocom	590
Spacephone	630
Λοιποί (Valuenet, Maritel, Eurobank Cards)	70
ΣΥΝΟΛΟ	3.061

Πηγή: Cosmote, «Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000»

Η Cosmote δίνει στους αντιπροσώπους της μια σειρά από χρηματικά κίνητρα, όπως ποσοστό επί των μηνιαίων εσόδων από χρεώσεις λογαριασμών για κάθε συνδρομητή, προμήθεια σύνδεσης για κάθε νέα σύνδεση κατόπιν μεσολάβησης του αντιπροσώπου κ.λ.π., με στόχο να διατηρήσει την πιστότητα των εμπορικών συνεργατών στο δίκτυο και αφετέρου να τους ενθαρρύνει στην προώθηση των προϊόντων της εταιρείας.

Οι εμπορικοί συνεργάτες, με την εξαίρεση της εταιρείας «Γερμανός» και της One Way, υποχρεούνται να διαθέτουν αποκλειστικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Cosmote, αλλά έχουν το δικαίωμα να διαθέτουν εξοπλισμό άλλου είδους, όπως ηλεκτρονικά προϊόντα.

Καταστήματα Cosmote: Η Cosmote λειτουργεί πέντε αποκλειστικά καταστήματα, τρία στην Αθήνα και δύο στη Θεσσαλονίκη. Τα καταστήματα αυτά, τα οποία αποτελούν ολοκληρωμένα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών, διαθέτουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας, αλλά παρέχουν και υπηρεσίες όπως πληρωμή λογαριασμών, βασική τεχνική υποστήριξη και παραλαβή διαφόρων αιτημάτων. Αποτελούν επίσης ένα πολύτιμο εργαλείο για την αύξηση του βαθμού αναγνωρισιμότητας των υπηρεσιών της εταιρείας. Η εταιρεία σχεδιάζει να έχει λειτουργήσει ακόμη δύο καταστήματα μέχρι το τέλος Μαΐου 2001.

Διεύθυνση Πωλήσεων Μεγάλων Πελατών: Η εν λόγω Διεύθυνση της εταιρείας, που απασχολεί περίπου 25 άτομα, προωθεί τις υπηρεσίες που παρέχει η Cosmote στους εταιρικούς πελάτες.

ΕΛΓΕΚΑ & Ελληνικά Ταχυδρομεία: Η ΕΛΓΕΚΑ λειτουργεί ως διανομέας για τη διάθεση των καρτών ανανέωσης χρόνου COSMOKARTA σε περίπου 9.000 περίπτερα και μικρά καταστήματα. Τα σημεία πώλησης αυτά βρίσκονται σε μικρές και μεγάλες πόλεις, διευκολύνοντας έτσι την αγορά επιπλέον καρτών από τους πελάτες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας. Τα Ελληνικά Ταχυδρομεία δραστηριοποιούνται επίσης στη διανομή των προϊόντων COSMOKARTA δια μέσου 800 περίπου καταστημάτων.

Η Cosmote σχεδιάζει την περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου της, προσθέτοντας αποκλειστικά καταστήματα και αντιπροσώπους, την προώθηση των πακέτων COSMOKARTA μέσω μεγάλων διανομέων σε όλη την Ελλάδα και μέσω του τμήματος απευθείας πωλήσεων στοχεύει σε μεγαλύτερους πελάτες.¹¹

6.5 Οικονομικά Στοιχεία

6.5.1 Κύκλος εργασιών

Ο κύκλος εργασιών της Cosmote ανήλθε για τη χρήση του 2000 (1/1-31/12/2000 σε 202,8 δισ. δρχ. (595 εκατ. ευρώ) έναντι 117 δισ. δρχ. (343,6 εκατ. ευρώ) το 1999, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 73%. Η αύξηση οφείλεται στη διεύρυνση της πελατειακής βάσης της Cosmote. Η εταιρεία, δια μέσου της πολιτικής που εφάρμοσε, έκλεισε τη χρήση 2000 με 2.061.011 συνδρομητές, έναντι 1.048.352 συνδρομητών το 1999. Η ανάλυση του κύκλου εργασιών για τις χρήσεις 1999 και 2000 έχει ως εξής:

Πίνακας 7 – Ανάλυση κύκλου εργασιών της Cosmote (σε εκατ. δρχ.)

	1999	2000
Έσοδα παγίων τελών	23.802	33.126
Χρήση δικτύου (χρόνος ομιλίας εξερχομένων κλήσεων)	35.941	66.635
Εκκαθάριση δικτύου ΟΤΕ (εισερχόμενες κλήσεις από δίκτυο ΟΤΕ)	34.690	64.195
Έσοδα διεθνούς περιαγωγής	1.942	4.129

Έσοδα ανανέωσης χρόνου COSMOKAPTA	4.792	22.764
Έσοδα από πώληση εμπορευμάτων	15.921	11.740
Έσοδα από λοιπές δραστηριότητες	0	176
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	117.088	202.765

Πηγή: Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000

6.5.2 Κόστος πωλήσεων – Μικτό κέρδος

Το κόστος πωλήσεων για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/2000 ανήλθε σε 78,8 δισ. δρχ. (231,1 εκατ. ευρώ) έναντι 51,1 δισ. δρχ. (150 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο. Ο ρυθμός αύξησης του κόστους πωληθέντων ήταν 54,2%.

Το κόστος πωληθέντων της Cosmote για τις χρήσεις 1999 και 2000 αναλύεται ως ακολούθως:

Πίνακας 8 – Ανάλυση Κόστους Πωληθέντων της Cosmote (σε εκατ. δρχ.)

	1999	2000
Κόστος πωληθέντων εμπορευμάτων	18.940	15.081
Κόστος πωληθέντων καρτών SIM	1.766	3.187
Αμοιβές και λοιπές παροχές προσωπικού	2.389	3.891
Έξοδα χρήσης τηλεφωνικού δικτύου (εσωτερικό & εξωτερικό)	8.452	21.411
Ενοίκια μισθωμένων γραμμών	6.306	11.089
Αμοιβές τρίτων	362	465
Επισκευές & συντήρηση δικτύου	2.169	3.296
Ανταποδοτικό τέλος προς την Ε.Ε.Τ.Τ.	498	666
Διάφορα έξοδα δικτύου (ενοίκια, ηλεκτρικό ρεύμα, κ.λ.π.)	1.607	2.637
Αποσβέσεις	8.646	17.037
ΣΥΝΟΛΟ	51.135	78.760

Πηγή: Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000

Το μικτό κέρδος για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/2000 ανήλθε σε 124 δισ. δρχ. (363,9 εκατ. ευρώ) αυξημένο κατά 88% έναντι της προηγούμενης δωδεκάμηνης περιόδου που έληξε στις 31/12/1999 και ήταν 65,9 δισ. δρχ. (193,5 εκατ. ευρώ). Η βελτίωση του μικτού κέρδους οφείλεται στην επίτευξη οικονομιών κλίμακας από την ανάπτυξη της δραστηριότητας της Cosmote.

6.5.3 Έξοδα Διοίκησης, Διάθεσης, Ερευνών & Ανάπτυξης

Τα έξοδα διοίκησης, διάθεσης και ερευνών & ανάπτυξης αυξήθηκαν σε 79,6 δισ. δρχ. (233,5 εκατ. ευρώ) τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/2000 από 48 δισ. δρχ. (141 εκατ. ευρώ) την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο. Το μεγαλύτερο μέρος των εξόδων για την Cosmote αποτελούν τα έξοδα διάθεσης, λόγω της φύσης των εργασιών της. Η αύξηση των εξόδων διάθεσης από 45 δισ. δρχ. σε 75 δισ. δρχ. αποδίδεται στην εμπορική πολιτική που ακολούθησε η Διοίκηση της εταιρείας με σκοπό τη διεύρυνση του μεριδίου αγοράς της.¹² Η αύξηση κατά 65,8% των εξόδων διοίκησης, διάθεσης, ερευνών & ανάπτυξης κατά τη χρήση 2000 είναι μικρότερη από την αύξηση του κύκλου εργασιών, γεγονός το οποίο οφείλεται στη μείωση του κόστους πωλήσεων, συμπεριλαμβανομένου και του κόστους απόκτησης πελατών. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών τα λειτουργικά έξοδα μειώθηκαν από 41% στη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/99 σε 39,3% στις 31/12/00.¹³

6.5.4 Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης

Το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00 ανήλθε σε 44,6 δισ. δρχ. (130,8 εκατ. ευρώ) έναντι 18,3 δισ. δρχ. (53,6 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο, εμφανίζοντας αύξηση κατά 144%. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών, το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης αυξήθηκε από 16% σε 22% κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

6.5.5 Κέρδη προ φόρων

Για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00 τα κέρδη προ φόρων της Cosmote τριπλασιάστηκαν και ανήλθαν σε 32,2 δισ. δρχ. (94,4 εκατ. ευρώ) έναντι 10,9 δισ. δρχ. (32 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη περίοδο παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 194%. Το αντίστοιχο περιθώριο κέρδους ανήλθε σε 16% για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00, έναντι του 9% για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/99.

6.5.6 Αποτελέσματα χρήσεως

Τα κέρδη μετά από φόρους ανήλθαν σε 20 δισ. δρχ. (58,7 εκατ. ευρώ) για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00, έναντι 9,9 δισ. δρχ. (29,1 εκατ. ευρώ) την προηγούμενη χρήση. Το περιθώριο κέρδους μετά από φόρους αυξήθηκε σε 10% το έτος 2000 έναντι 8% το έτος 1999.

Τα καθαρά κέρδη μετά την αφαίρεση των φόρων και την πρόσθεση των ζημιών προηγούμενης χρήσεως, ανέρχονται σε 15.851 εκατ. δρχ. (46.518 χιλ. ευρώ).

6.5.7 Αριθμοδείκτες

Πίνακας 9 – Αριθμοδείκτες της Cosmote

	ΔΕΙΚΤΕΣ	Έτος 1999	Έτος 2000
Ρευστότητας	Δ. γενικής ρευστότητας	0,7	0,9
	Δ. ειδικής ρευστότητας	0,6	0,86
Δραστηριότητας	Δ. ταχύτ. εισπρ. απαιτήσεων	5	6,4
Αποδοτικότητα	Δ. μικτού κέρδους	56,3%	61,2%
	Δ. αποδοτ. απασχολ. κεφαλαίων	11%	17,9%
	Δ. αποδοτ. ιδίων κεφαλαίων	26,8%	39,7%
Διαρθρώσεως κεφαλαίων	Δ. ιδίων/συνολικά κεφάλαια	29,9%	45,4%
	Δ. δανειακών κεφαλαίων	70,1%	54,6%
	Δ. ιδίων/δανειακά κεφάλαια	42,6%	83%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της Cosmote (Ισολογισμού & Κ.Α.Χ. έτους 1999,2000)

1. Ο δείκτης γενικής ρευστότητας της Cosmote αυξήθηκε από 0,7 το έτος 1999 σε 0,9 το έτος 2000. Είναι όμως μικρότερος της μονάδας, γεγονός που υποδεικνύει ότι το κυκλοφορούν ενεργητικό της εταιρείας δεν επαρκεί για να καλύψει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της.
2. Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας της Cosmote αυξήθηκε από 0,6 το 1999 σε 0,86 το έτος 2000. Είναι σχεδόν ίδιος με το δείκτη γενικής ρευστότητας της εταιρείας, που υποδηλώνει ότι η εταιρεία διατηρεί μικρό αριθμό αποθεμάτων.
3. Ο δείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων αυξήθηκε από 5 το 1999 σε 6,4 το έτος 2000. Αυτό σημαίνει ότι ο χρόνος παραμονής των απαιτήσεων στην εταιρεία μειώθηκε από 73 ημέρες το έτος 1999 σε 57 το έτος 2000. Η μικρότερη παραμονή των απαιτήσεων στην εταιρεία είναι θετική, γιατί τα κεφάλαια που δεσμεύονται για τη χρηματοδότηση των πωλήσεων έχουν αφενός κάποιο δραχμικό κόστος και αφετέρου έχουν κι ένα κόστος ευκαιρίας, αφού θα μπορούσαν να επενδυθούν κάπου αλλού αποδοτικά.
4. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης μικτού κέρδους τόσο καλύτερη από απόψεως κερδών είναι η θέση της εταιρείας, γιατί μπορεί να αντιμετωπίσει χωρίς μεγάλη δυσκολία αύξηση του κόστους των πωλουμένων προϊόντων της. Στην Cosmote ο δείκτης μικτού κέρδους αυξήθηκε από 56,3% το έτος 1999 σε 61,2% το έτος 2000, γεγονός που εξασφαλίζει την κερδοφόρο δραστηριότητα της εταιρείας.

5. Ο δείκτης αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων της Cosmote αυξήθηκε σημαντικά από 11% το 1999 σε 17,9% το έτος 2000. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα κέρδη της Cosmote αυξήθηκαν με μεγαλύτερο ρυθμό απ' ότι τα συνολικά απασχολούμενα κεφάλαιά της. Άρα η εταιρεία χρησιμοποιεί αποδοτικά τα κεφάλαιά της και βελτιώνει την κερδοφόρα δυναμικότητά της.
6. Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων της Cosmote αυξήθηκε από 26,8% το έτος 1999, σε 39,7% το έτος 2000. Αυτή η σημαντική αύξηση του δείκτη οφείλεται στο ότι ενώ τα ίδια κεφάλαια της εταιρείας σχεδόν διπλασιάστηκαν, τα κέρδη της εταιρείας τριπλασιάστηκαν. Αυτό σημαίνει ότι η Cosmote χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα κεφάλαια των φορέων της εταιρείας που απασχολούνται σ' αυτή.
7. Ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων/συνολικά κεφάλαια αυξήθηκε σημαντικά από 29,9% το έτος 1999 σε 45,4% το έτος 2000. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι αυξήθηκαν τα ίδια κεφάλαια της Cosmote κατά το έτος 2000. Ο μεγαλύτερος δείκτης ιδίων/συνολικά κεφάλαια υποδηλώνει ότι παρέχεται περισσότερη ασφάλεια στους δανειστές της εταιρείας.
8. Ο δείκτης δανειακών κεφαλαίων αντιστοίχως μειώθηκε από 70,1% το έτος 1999 σε 54,6% το έτος 2000. Αυτό σχετίζεται με το γεγονός ότι τα ξένα κεφάλαια της Cosmote αυξήθηκαν λίγο σε σχέση με τα συνολικά απασχολούμενα κεφάλαια. Κάτι τέτοιο είναι θετικό για την εταιρεία, γιατί ο υπερδανεισμός συνήθως αντανακλά μια επισφαλή κατάσταση για την εταιρεία και τους πιστωτές της.
9. Ο δείκτης ιδίων/δανειακά κεφάλαια αυξήθηκε από 42,6% το έτος 1999 σε 83% το έτος 2000, γιατί αυξήθηκαν σημαντικά τα ίδια κεφάλαια της Cosmote. Ο μεγαλύτερος δείκτης δηλώνει ότι η εταιρεία παρέχει περισσότερη προστασία στους δανειστές της.¹⁴

6.6 Εταιρείες του Ομίλου Cosmote

Η Cosmote έχει άμεσο μετοχικό ενδιαφέρον στις ακόλουθες εταιρείες :

6.6.1 Cosmo-Holding Albania

Η πλήρης επωνυμία της εταιρείας είναι «Ανώνυμος Εταιρεία Συμμετοχών Cosmos – Αλβανία» και ο διακριτικός τίτλος «Cosmo-Holding Albania». Η Cosmo-Holding Albania είναι εταιρεία συμμετοχών, η οποία ιδρύθηκε στις 14 Ιουλίου 2000. Οι μέτοχοι της εταιρείας είναι:

Πίνακας 10 – Μέτοχοι της Cosmo-Holding Albania

Μέτοχος	Ποσοστό
Cosmote	97%

Telenor Mobile Communications A.S.	3%
------------------------------------	----

Πηγή: Cosmote, “Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000”

Η Cosmo-Holding Albania είναι σήμερα κυρία του 85% των μετοχών της αλβανικής εταιρείας κινητής τηλεφωνίας Albanian Mobile Communications Sh.a (AMC), την οποία εξαγόρασε τον Αύγουστο του 2000 έναντι 85,6 εκατ. δολαρίων, στο πλαίσιο του διεθνούς διαγωνισμού που είχε προκηρύξει το Αλβανικό Δημόσιο.

6.6.2 CosmoONE Hellas Market Site

Η CosmoONE Hellas Market Site (στο εξής CosmoONE) ιδρύθηκε από την Cosmote και τη Διηλεκτική Πληροφορική Α.Ε. τον Ιούνιο του 2000. Η εταιρεία έχει συσταθεί με σκοπό την ανάπτυξη και την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων (B2B). Η CosmoONE χρησιμοποιεί το λογισμικό της αμερικανικής εταιρείας Commerce One, μιας από τις μεγαλύτερες εταιρείες στον τομέα ανάπτυξης εφαρμογών B2B, βάσει του οποίου έχει ήδη δημιουργήσει και λειτουργεί μια οριζόντια ηλεκτρονική αγορά, ενώ σκοπεύει να δημιουργήσει και εξειδικευμένες κάθετες αγορές που εστιάζονται σε διάφορους επιχειρηματικούς κλάδους. Παράλληλα, η CosmoONE παρέχει ήδη Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών. Η CosmoONE σκοπεύει με τις υπηρεσίες της να απλουστεύσει τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων, κάνοντας το ηλεκτρονικό εμπόριο προσιτό σε κάθε επιχείρηση, ανεξάρτητα του κλάδου ή του μεγέθους της.

Το ακριβές αντικείμενό της είναι οι ηλεκτρονικές προμήθειες (e-procurement), που υλοποιεί μέσω του e-marketplace, το οποίο έχει ήδη δημιουργήσει, εφαρμόζοντας δύο βασικά σενάρια αγορών, τις αγορές μέσω ηλεκτρονικών τιμοκαταλόγων προϊόντων και τις αγορές μέσω ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Μέσω των ηλεκτρονικών καταλόγων, ο χρήστης μπορεί να βρει εύκολα το προϊόν (ή την υπηρεσία) που τον ενδιαφέρει. Σε ό,τι αφορά τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες, κάθε εταιρεία ή οργανισμός που θέλει είτε να αγοράσει προϊόντα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή, ή να πουλήσει μεταχειρισμένα προϊόντα, να εκποιήσει τα αποθέματά της κ.α., μπορεί να απευθυνθεί στην CosmoONE, η οποία αναλαμβάνει να «φιλοξενήσει» την ηλεκτρονική δημοπρασία και να την εκτελέσει σύμφωνα με την επιθυμία και το σενάριο του αγοραστή ή πωλητή αντίστοιχα.

Στη μετοχική σύνθεση της CosmoONE εισήλθε το Σεπτέμβριο του 2000 ο ΟΤΕ και το Μάρτιο του 2001 η Εθνική Τράπεζα και η Alpha Τράπεζα. Η είσοδος των ανωτέρω χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στο μετοχικό κεφάλαιο της CosmoONE θα δώσει νέα δυναμική στην ανάπτυξή της, μέσω των υπηρεσιών που οι ανωτέρω τράπεζες θα παρέχουν προς την CosmoONE και θα λαμβάνουν από αυτήν.

Πίνακας 11 – Μέτοχοι της Cosmoone

Μέτοχος	Ποσοστό
Cosmote	26%

ΟΤΕ	26%
Διηνεκής	18%
Αλφα Τράπεζα	15%
Εθνική Τράπεζα	15%

Πηγή: Cosmote, “Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000”

6.6.3 Cosmo-Megastore

Η πλήρης επωνυμία της εταιρείας είναι «Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Πωλήσεως Προϊόντων Ήχου και Μουσικής μέσω Διαδικτύου» και ο διακριτικός της τίτλος «Cosmo-Megastore». Η Cosmo-Megastore συστάθηκε στις 8/9/2000. Οι μέτοχοι της εταιρείας είναι:

Πίνακας 12 – Μέτοχοι της Cosmo-Megastore

Μέτοχος	Ποσοστό
Μεγάλα Καταστήματα	60%
Cosmote	40%

Πηγή: Cosmote, “Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000”

Η Cosmo-Megastore έχει σκοπό την πώληση μέσω του Διαδικτύου CD, DVD, CD-ROM και άλλων προϊόντων που διαθέτει η εταιρεία «Μεγάλα Καταστήματα», η οποία έχει άδεια στην Ελλάδα για τα σήματα Virgin.

Η εταιρεία ξεκίνησε δραστηριότητες το Νοέμβριο του 2000. Δραστηριοποιείται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και έχει ήδη υλοποιήσει ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης μουσικών ειδών. Το κατάστημα αυτό (στη διεύθυνση www.virginmega.gr), το οποίο αποτελεί ένα μουσικό πολυχώρο ενημέρωσης, διασκέδασης και αγοράς CD και DVD, ξεκίνησε την εμπορική λειτουργία του στις 12/12/2000.

6.6.4 Albanian Mobile Communications

Η πλήρης επωνυμία της εταιρείας είναι «Albanian Mobile Communications Sh.a» (εφεξής AMC) και η έδρα της βρίσκεται στα Τίρανα Αλβανίας. Οι μέτοχοι της εταιρείας είναι:

Πίνακας 13 – Μέτοχοι της Albanian Mobile Communications

Μέτοχος	Ποσοστό
Cosmo-Holding Albania	85%
Υπουργείο Οικονομίας & Αποκρατικοποιήσεων Αλβανίας	15%

Πηγή: Cosmote, “Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000”

Η AMC λειτουργεί από το 1996 με το σύστημα κυψελοειδούς κινητής τηλεφωνίας GSM 900. Το Φεβρουαρίου του 2001 ολοκληρώθηκε ο διαγωνισμός για την παραχώρηση δεύτερης άδειας κινητής τηλεφωνίας στην

Αλβανία. Πλειοδότης του διαγωνισμού ανακηρύχθηκε η κοινοπραξία του ομίλου της Vodafone, η οποία, ξεκίνησε τη λειτουργία δικτύου κινητής τηλεφωνίας μέσα στο 2001.

6.7 Στόχοι και Προοπτικές

Το όραμα της Cosmote είναι να καταστεί ο ηγέτης στον κλάδο στην Ελλάδα, τόσο σε μερίδιο αγοράς, όσο και σε κερδοφορία και ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών και να παρέχει συνεχώς αυξανόμενη αξία προς τους μετόχους της, μέσω της αξιοποίησης κάθε συμφέρουσας ευκαιρίας στην αναπτυσσόμενη και εξελισσόμενη αγορά κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας και στο εξωτερικό. Για την επίτευξη του οράματός της, η Cosmote έχει αναπτύξει πελατοκεντρική στρατηγική, η οποία αποτελείται κυρίως από τους παρακάτω άξονες:

- Πλήρης αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που παρέχει η τεχνολογική υπεροχή του δικτύου της.
- Διατήρηση της απλής και ξεκάθαρης τιμολογιακής πολιτικής της.
- Ανάπτυξη και προώθηση προηγμένων υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, προσβάσιμων από το σύνολο της πελατειακής βάσης.
- Παροχή υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών και διατήρηση του δείκτη αποσυνδέσεων σε χαμηλά επίπεδα.
- Αύξηση εσόδων από εταιρικούς πελάτες.
- Αύξηση εσόδων από υπηρεσίες περιαγωγής.
- Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών μέσω διαδικτύου και δραστηριοποίηση στις νέες τεχνολογίες.
- Περαιτέρω ενίσχυση της επικοινωνίας για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, με παράλληλη βελτιστοποίηση και επέκταση του δικτύου πωλήσεων και διανομής.
- Συνέχιση της στρατηγικής για επιλεκτικές επενδύσεις στο εξωτερικό.

Στην προσπάθειά της να ανταποκριθεί στις ανάγκες των πελατών της και να επιτύχει τους στόχους της, η Cosmote σκοπεύει να προσφέρει τις ακόλουθες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας στο εγγύς μέλλον:

Επέκταση και βελτίωση των υπηρεσιών «MyCosmos»: Η εταιρεία θα αναβαθμίσει περαιτέρω τις υπηρεσίες που προσφέρει μέσα από την πύλη της στο διαδίκτυο, προσθέτοντας νέα περιεχόμενα και νέες πληροφορίες (οικονομικά νέα, ξένα χρηματιστήρια, διασκέδαση, φαρμακεία, νοσοκομεία, δρομολόγια αεροπορικών συγκοινωνιών, θέματα σχετικά με υγεία κ.λ.π) και διευρύνοντας τους διαφορετικούς τρόπους πρόσβασης στις περισσότερες υπηρεσίες. Επίσης, προγραμματίζεται να αναπτυχθούν υπηρεσίες που θα επιτρέπουν τραπεζικές συναλλαγές (mobile banking) και θα παρασχεθούν δυνατότητες πραγματοποίησης χρηματιστηριακών συναλλαγών (stock trading) από το κινητό τηλέφωνο.

Η εισαγωγή των νέων τεχνολογιών που επιτρέπουν την ταχύτερη μετάδοση δεδομένων (14,4 kbps και HSCSD) και κυρίως η εξάπλωση του GPRS, αναμένεται να δώσουν νέα ώθηση στις υπηρεσίες MyCosmos, βελτιώνοντας σημαντικά τη χρηστικότητα των υπηρεσιών μέσω WAP.

Messaging: Ανταποκρινόμενη στις αυξημένες απαιτήσεις των συνδρομητών για ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω του κινητού τηλεφώνου, η Cosmote σχεδιάζει να διαθέσει πρωτοποριακές υπηρεσίες που θα προσφέρουν νέες δυνατότητες ανταλλαγής μηνυμάτων, απευθυνόμενη κυρίως στους νεότερους σε ηλικία συνδρομητές της. Παράλληλα, η εταιρεία προγραμματίζει τη βελτίωση των υπηρεσιών του προσωπικού τηλεφωνητή, με στόχο την περαιτέρω αύξηση της χρήσης του και την πληρέστερη εξυπηρέτηση των συνδρομητών.

Υπηρεσίες Φωνής: Επιδιώκοντας την περαιτέρω χρήση του κινητού τηλεφώνου για φωνητική επικοινωνία, η Cosmote διερευνά και σχεδιάζει επιπρόσθετες υπηρεσίες, όπως το free phone (ατελής κλήση), ο ενιαίος αριθμός κλήσης, ο έλεγχος κλήσεων (call screening) κ.α.

Οι περισσότερες από αυτές τις υπηρεσίες πρόκειται να διατεθούν με την περαιτέρω αξιοποίηση των δυνατοτήτων του ευφυούς δικτύου (Intelligent Network – IN) της Cosmote, το οποίο ήδη χρησιμοποιείται για την υλοποίηση της υπηρεσίας Virtual Private Network που παρέχεται σε εταιρικούς πελάτες.

Ειδικές υπηρεσίες για Roamers: Τον Ιούλιο του 2000 η Cosmote ξεκίνησε να προσφέρει την υπηρεσία καλωσορίσματος μέσω γραπτών μηνυμάτων (welcome service) στη μητρική γλώσσα των επισκεπτών περιαγωγής του δικτύου της. Η εταιρεία σχεδιάζει να προσφέρει επιπλέον υπηρεσίες ειδικά στους roamers (επισκέπτες περιαγωγής), όπως η παροχή τουριστικών πληροφοριών κ.α.

UMTS – Κινητή Τηλεφωνία Τρίτης Γενιάς: Το παρόν δίκτυο της Cosmote παρουσιάζει ιδιαίτερα πλεονεκτήματα για την ταχεία και οικονομικότερη ανάπτυξη δικτύου UMTS, κυρίως λόγω της προηγμένης τεχνολογίας και της αρχιτεκτονικής του. Μέχρι το Μάιο του 2001 η εταιρεία είχε περισσότερους από 1.850 σταθμούς βάσης, ενώ υπολογίζει ότι για τις ανάγκες του υφιστάμενου δικτύου 2^{ης} γενιάς θα έχει εγκαταστήσει συνολικά περίπου 3.000 σταθμούς βάσης μέχρι το 2003. Ταυτόχρονα, οι νέοι σταθμοί που εγκαθίστανται στο δίκτυο παρέχουν τη δυνατότητα παράλληλης κάλυψης 2^{ης} και 3^{ης} γενιάς.¹⁵

Άδεια Σταθερής Ασύρματης Πρόσβασης: Ο ΟΤΕ μεταβίβασε στην Cosmote άδεια Σταθερής Ασύρματης Πρόσβασης στα 25 GHz για την εξυπηρέτηση των στρατηγικών στόχων της. Μεταξύ των στόχων αυτών είναι: Η παροχή υπηρεσιών πρόσβασης σε μεγάλους πελάτες, η παροχή ευρυζωνικών υπηρεσιών σε μεγάλα αστικά κέντρα και σε χώρους συγκέντρωσης επιχειρήσεων και βιομηχανιών, η παροχή “πακέτων” τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σε συνεργασία με τις άλλες εταιρείες του Ομίλου ΟΤΕ, η δυνατότητα διασύνδεσης σταθμών βάσεων δικτύων κινητής τηλεφωνίας και η βελτιστοποίηση του βαθμού αξιοποίησης των επενδύσεων του δικτύου της Cosmote.¹⁶

Επιπλέον, οι επιμέρους εταιρείες της Cosmote θα επηρεάσουν θετικά την ανάπτυξή της ως εξής:

Albanian Mobile Communications

Στους άμεσους στόχους της νέας διοίκησης της AMC συγκαταλέγονται ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση του τηλεπικοινωνιακού δικτύου, έτσι ώστε να καλυφθεί το μεγαλύτερο μέρος της αλβανικής επικράτειας, η ανάπτυξη του εμπορικού δικτύου, καθώς και η κατάρτιση και επανεκπαίδευση του προσωπικού. Με την υλοποίηση αυτών των στόχων, η AMC επιδιώκει σύντομα να αυξήσει σημαντικά τη διείσδυσή της στον αλβανικό πληθυσμό και να συνεχίσει να προσελκύει νέους συνδρομητές.

CosmoONE Market Site Hellas

Η CosmoONE είναι η πρώτη εταιρεία που δραστηριοποιήθηκε εμπορικά στο χώρο των ηλεκτρονικών διεπιχειρησιακών συναλλαγών μέσω του διαδικτύου στην Ελλάδα. Μέσω του δικτύου της CosmoONE, οι ελληνικές επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, οι δημόσιοι οργανισμοί και οι μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες θα μπορούν να έχουν πρόσβαση στην ελληνική αγορά, αλλά και στο παγκόσμιο εμπορικό ηλεκτρονικό δίκτυο (Global Trading Web της Commerce One).

Τα οφέλη για αγοραστές είναι η σημαντική μείωση του κόστους αγοράς, η δυνατότητα σύγκρισης τιμών και η πρόσβαση σε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων, σε πραγματικό χρόνο. Σημαντικό είναι ότι ελαχιστοποιείται ο απαιτούμενος χρόνος για παραγγελίες και ταυτόχρονα εμποπτεύεται η διαδικασία. Από την άλλη πλευρά, οι προμηθευτές μπορούν να διευρύνουν το πελατολόγιό τους σε όλη την επικράτεια και σύντομα και εκτός Ελλάδας, μέσω του Παγκόσμιου Εμπορικού Δικτύου GTW (Global Trading Web) της Commerce One και να αυξήσουν τον όγκο των πωλήσεών τους. Επίσης μπορούν να διαφημίσουν άμεσα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, υπό μορφή ηλεκτρονικών τιμοκαταλόγων και να συμμετέχουν σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες.

Η CosmoONE έχει στόχο να γίνει το ηλεκτρονικό κέντρο για συναλλαγές B2B στο διαδίκτυο στην Ελλάδα. Προγραμματίζει να υλοποιήσει επενδύσεις σε συστήματα και τεχνολογίες για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (Financial Services) και Logistics, ώστε να παρέχει ολοκληρωμένες (end-to-end) υπηρεσίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Cosmo-Megastore

Η Cosmo-Megastore δραστηριοποιείται ήδη στο Internet με τη δημιουργία του site www.virginmega.gr ενώ, παράλληλα, προγραμματίζει να δραστηριοποιηθεί μέσω διαφόρων συνεργασιών και σε άλλα εναλλακτικά δίκτυα πώλησης και διανομής των προϊόντων της (Interactive TV, call centers κ.λ.π.). Η Cosmo-Megastore, με τη δραστηριοποίησή της στους παραπάνω τομείς έχει προσελκύσει ένα μεγάλο μέρος από τους καταναλωτές που πραγματοποιούν τις αγορές τους μέσω διαδικτύου.

Η στρατηγική για την επίτευξη των στόχων της Cosmo-Megastore βασίζεται στη συνεχή ανάπτυξη και εξέλιξη, με την εισαγωγή νέων καινοτόμων υπηρεσιών, νέων προϊόντων και την παροχή υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης στον πελάτη.

Η εταιρεία προσδοκά ότι οι δραστηριότητες που προαναφέρθηκαν θα συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξή της. Με το σύνολο των δραστηριοτήτων της, η Cosmote έχει υψηλή αναγνωρισιμότητα στη συνείδηση του Έλληνα χρήστη

κινητής τηλεφωνίας, ως μια εταιρεία πελατοκεντρικής φιλοσοφίας, τεχνολογικής πρωτοπορίας και υψηλών ρυθμών ανάπτυξης.¹⁷

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Cosmote, Έκθεση Πεπραγμένων 1999, Αθήνα, Σεπτέμβριος 2000, σελ. 37
2. Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000, σελ. 11
3. Χρ. Καλμαντής, Εφημ. Εξπρές, Τηλεπικοινωνίες, Κινητή Τηλεφωνία, Έτος 39^ο, Απρίλιος 2001, σελ.13
4. Cosmote, ο.π., σελ. 30
5. www.cosmote.gr, COSMONEA, Προϊόντα και Υπηρεσίες
6. Cosmote, ο.π., σελ. 30
7. www.cosmote.gr, Επιχειρήσεις
8. Cosmote, ο.π., σελ. 32
9. Χ. Κιτσάτη, Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, Μάρτιος 2001, Τεύχος 51, σελ. 100
10. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, Φεβρουάριος 2001, Τεύχος 50, σελ.188
11. Cosmote, ο.π., σελ. 33
12. Cosmote, Επεξεργασία Ισολογισμού - Κ.Α.Χ. έτους 1999, 2000

13. Περιοδικό Netweek, Τεύχος 54, 11 Μαρτίου 2002, σελ. 20
14. Cosmote, Επεξεργασία Ισολογισμού - Κ.Α.Χ. έτους 1999, 2000
15. Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000, σελ. 86
16. Περιοδικό Netweek, ο.π. σελ. 16
17. Cosmote, ο.π., σελ. 96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ TELESTET

7.1 Γενικά

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1992 στην Αθήνα ως Ανώνυμος εταιρεία με την επωνυμία «STET Hellas Τηλεπικοινωνίες Α.Ε.» και το διακριτικό τίτλο «Telestet». Η Telestet είναι εταιρεία παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας βάσει άδειας λειτουργίας κυψελοειδούς τηλεπικοινωνιακού δικτύου GSM που της δόθηκε από την Ελληνική Κυβέρνηση στις 30 Σεπτεμβρίου του 1992 όπου και ξεκίνησε την εμπορική της λειτουργία τον Ιούνιο του 1993. Η άδεια είναι εικοσαετούς διάρκειας.¹

Η Telestet είναι πολυμετοχική εταιρεία που έχει εισαχθεί στο Χρηματιστήριο του Άμστερνταμ και στο NASDAQ και ελέγχεται από την Telecom Italia, ενώ μετέχουν στο μετοχικό της σχήμα και οι εταιρείες Bell Atlantic και Interamerican.²

Η Telestet προσφέρει το πλήρες φάσμα υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας με βάση το σύστημα GSM 900, συμπεριλαμβανομένων και των υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας. Μέχρι τον Ιούνιο του 1996, η εταιρεία προσέφερε τις υπηρεσίες στους πελάτες της στη βάση των διαφόρων τιμολογιακών πολιτικών, ώστε να ικανοποιήσει τα διαφορετικά τμήματα της Ελληνικής αγοράς. Το Μάιο του 1997, η εταιρεία επίσης εισήγαγε υπηρεσίες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας με το “B free.”³

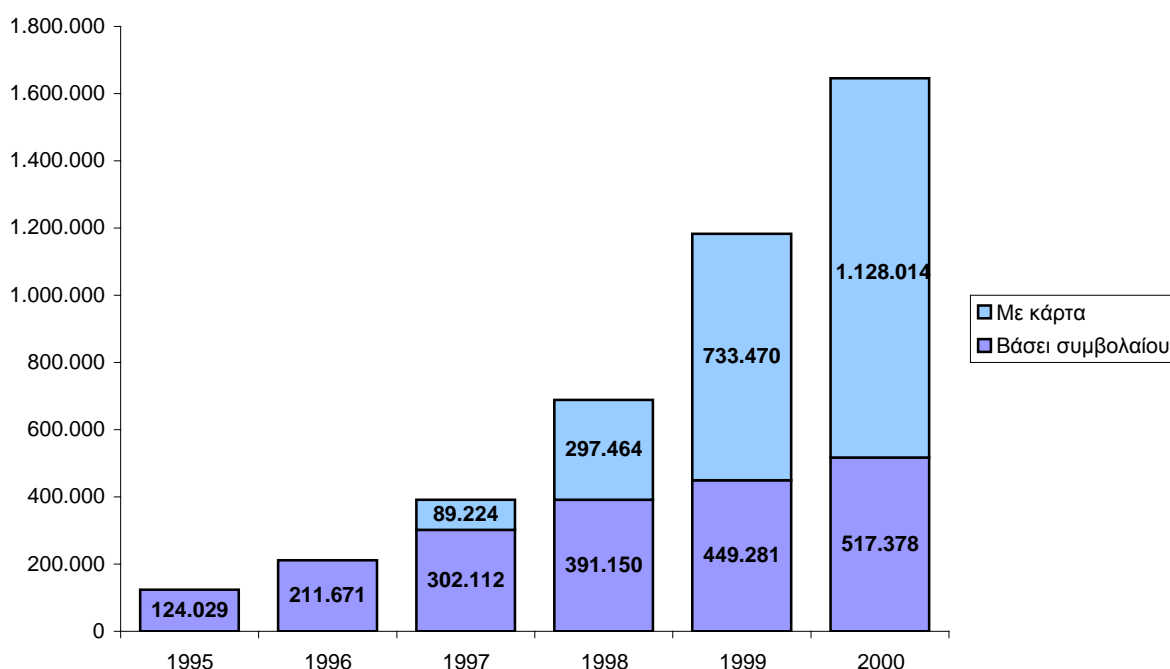
7.2 Πελάτες

Η πελατειακή βάση της Telestet αυξήθηκε σε 1.645.392 πελάτες το έτος 2000, μια αύξηση κατά 39,1% σε σχέση με το 1999. Στο τέλος του έτους, οι πελάτες προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας αποτελούσαν το 68,6% της συνολικής πελατειακής βάσης, δηλαδή 1.128.014 πελάτες. Οι πελάτες βάσει συμβολαίου αριθμούσαν τους 517.378 στο τέλος του έτους.

Η εξέλιξη της πελατειακής βάσης της Telestet αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 14 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Telestet

Πελάτες	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Σύνολο πελατών αρχής περιόδου	72.576	124.029	211.671	391.339	688.614	1.182.751
Σύνολο νέων συνδέσεων	51.453	87.642	179.665	297.278	494.137	462.641
Σύνολο πελατών τέλους περιόδου	124.029	211.671	391.336	688.614	1.182.751	1.645.392
Αριθμός πελατών βάσει συμβολαίου	124.029	211.671	302.112	391.150	449.281	517.378
Αριθμ. πελατών προπληρωμένης κινητής τηλεφωνίας			89.224	297.464	733.470	1.128.014
Ποσοστιαία αύξηση πελατών	70,9%	70,7%	84,9%	76,0%	71,8%	39,1%



Διάγραμμα 4 – Εξέλιξη πελατειακής βάσης της Telestet

Πηγή: Telestet, Annual Report 2000

Αντιμετωπίζοντας τη δυναμική ανάπτυξη και ζήτηση στον κλάδο το έτος 2000, η Telestet διατήρησε υψηλά επίπεδα για την ικανοποίηση των πελατών της. Η επιτυχία της εταιρείας επιβεβαιώθηκε όταν η εταιρεία κέρδισε το πρώτο βραβείο στο διεθνή διαγωνισμό “Grand Prize Customer Service Awards 2000”. Η Telestet διακρίθηκε για την παροχή των καλύτερων υπηρεσιών πελατών στην Ελλάδα ανάμεσα στα 24 κέντρα κλήσεων που αξιολογήθηκαν.

Το έτος 2000 η μεγαλύτερη εκπαίδευση του προσωπικού διέυρνε τις ικανότητες της εταιρείας για την εξυπηρέτηση των πελατών της.

Το Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας λειτουργεί όλη την ημέρα, λαμβάνοντας κατά μέσο όρο 14.000 κλήσεις κάθε μέρα. Επίσης, δημιουργήθηκε και δεύτερο κέντρο κλήσεων στην Αθήνα.

Ένα κείμενο στοιχείο για τη στρατηγική του Κέντρου Κλήσεων της Εταιρείας για το έτος 2000, ήταν η μετατόπιση σε μια προσέγγιση προσανατολισμένη σε πιο δυναμικές πωλήσεις. Γι' αυτό το λόγο συγκεκριμένα προγράμματα εκπαίδευσης πραγματοποιήθηκαν στο προσωπικό πρώτης γραμμής. Συνολικά, περισσότερες από 568.000 υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας πωλήθηκαν μέσω των αντιπροσώπων πρώτης γραμμής των κέντρων κλήσεων.

Οι ενέργειες για την δημιουργία πίστης στην εταιρεία και αποφυγής αποσυνδέσεων αναπτύχθηκαν υπό την ομπρέλα CRM*, περιλαμβάνοντας προσφορά βελτιωμένων τηλεφωνικών συσκευών σε πελάτες με συμβόλαιο, υποκίνηση μεγαλύτερης χρήσης και κλήσεις σε επικερδείς πελάτες, των οποίων τα συμβόλαια θα έληγαν σύντομα.

Επιπρόσθετα, αναπτύχθηκε το πρόγραμμα “Avantage”, που ανταμείβει τους πιστούς πελάτες της Telestet. Σύμφωνα με αυτό, ο συνδρομητής κινητής τηλεφωνίας της εταιρείας συλλέγει πόντους Avantage, οι οποίοι αντιστοιχούν σε διάφορα προνόμια (δωρεάν παροχή υπηρεσιών, δωρεάν προϊόντα κλπ.).

Η Telestet εστιάζει στην καινοτομία και στην ποιότητα των υπηρεσιών. Μέσα στο 2000, η εταιρεία συνέχισε την τμηματοποίηση της αγοράς σύμφωνα με την στρατηγική “της προσφοράς της καλύτερης αξίας”, χρίζοντας την παρουσία της μέσω του Διαδικτύου με κινητό τηλέφωνο (mobile Internet) και της αλυσίδας τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών – εφαρμόζοντας συνεργασίες και επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες.

7.3 Προϊόντα και Υπηρεσίες

7.3.1 Υπηρεσίες Καρτοκινητής τηλεφωνίας B free Midnight Madness και B free Weekend

* CRM: Customer Relationship Management

Κατά τη διάρκεια του πρώτου τριμήνου του 2000, η Telestet εισήγαγε δύο νέα τέλη για το τμήμα της αγοράς που αφορά την καρτοκινητή τηλεφωνία. Πρόκειται για το “B free Midnight Madness” και το “B free Weekend”, εμπλουτίζοντας έτσι τα τέλη του προγράμματος B free, τα οποία βασίζονται στη χρήση του κινητού, από μέρους του πελάτη, σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, ανάλογα με τον τρόπο ζωής του. Η ενέργεια αυτή - αποτέλεσμα της προσπάθειας της Telestet να τμηματοποιήσει ακόμη περισσότερο την ελληνική αγορά – επιτρέπει στους καταναλωτές να επιλέξουν ζώνες ομιλίας σε ώρες μη αιχμής, οι οποίες να συμβαδίζουν με τον τρόπο ζωής τους, πληρώνοντας έτσι το χαμηλότερο τέλος της αγοράς στις συγκεκριμένες ζώνες.

7.3.2 Υπηρεσία Telestet B Best για εταιρικούς πελάτες

Τελειώνοντας το πρώτο τρίμηνο του 2000, η εταιρεία «λανσάρισε» το “Telestet B Best”, ένα καινούργιο ολοκληρωμένο τηλεπικοινωνιακό πακέτο, για το πιο προσοδοφόρο τμήμα της αγοράς: τους μεγάλους και μικρομεσαίους εταιρικούς πελάτες. Χαρακτηριστικά του B Best είναι η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, μια σειρά υπηρεσιών για την κάλυψη εξειδικευμένων επαγγελματικών αναγκών, η ύπαρξη ανταγωνιστικών χρηματοοικονομικών πακέτων και όλα αυτά σε συνδυασμό με ένα πολύ ικανοποιητικό πρόγραμμα υποστήριξης μετά την πώληση του συγκεκριμένου πακέτου. Μάλιστα, η Telestet δημιούργησε ένα καινούργιο εξειδικευμένο τμήμα, προκειμένου να αναλύσει καλύτερα τα επιχειρησιακά τμήματα της αγοράς.⁴ Τα σημαντικά έσοδα που προέρχονται από αυτήν την υπηρεσία αποδίδονται στη συνεχιζόμενη επιτυχία της εξειδικευμένης προσφοράς B Best για εταιρικούς πελάτες.⁵

7.3.3 Πρόγραμμα Telestet 0.5

Κατά τη διάρκεια του δεύτερου τριμήνου του 2000, η Telestet προχώρησε στην περαιτέρω διαφοροποίηση των προϊόντων & υπηρεσιών που παρέχει, συνεχίζοντας τη στρατηγική μεγαλύτερης τμηματοποίησης της ελληνικής αγοράς. Το Μάιο, η εταιρεία εισήγαγε το “Telestet 0.5”, ένα νέο τιμολογιακό πρόγραμμα για τους πελάτες της βάσει συμβολαίου. Το 0.5 προσέφερε στους συνδρομητές βάσει συμβολαίου το χαμηλότερο πάγιο στην αγορά, χρέωση ανά δευτερόλεπτο και αυξημένη έκπτωση ανάλογα με το χρόνο ομιλίας. Η επιτυχία του 0.5 αντικατοπτρίζεται στην αύξηση του αριθμού των χρηστών με συμβόλαιο αμέσως μετά την εφαρμογή του.

7.3.4 Κινητή πύλη Telestet on line WAP

Στο χώρο της “νέας οικονομίας”, η Telestet ακολούθησε μια ξεκάθαρη πολιτική: δημιούργησε μια ισχυρή παρουσία μέσω του mobile Internet και όλου

του τηλεπικοινωνιακού δικτύου. Έτσι, στα μέσα Ιουνίου του 2000, η εταιρεία εισήγαγε την κινητή πύλη (mobile portal) “Telestet on line WAP”, προσφέροντας στον χρήστη πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέσα από το κινητό του τηλέφωνο και πιο συγκεκριμένα στις πύλες “in.gr” του ΔΟΛ (Δημοσιογραφικού Οργανισμού Λαμπράκη) και “thea.gr” του Δημοσιογραφικού Οργανισμού ΙΜΑΚΟ. Ακολουθώντας και εδώ την ίδια προσπάθεια εμπλουτισμού των υπηρεσιών της κινητής πύλης “Telestet on line WAP” που παρέχει, η Telestet εφήρμοσε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου (m-commerce) στην Ελλάδα σε συνεργασία με την ΣΙΓΜΑ Χρηματιστηριακή, μια από τις μεγαλύτερες χρηματιστηριακές εταιρείες στη χώρα. Έτσι ο χρήστης μπορούσε να προχωρήσει στην αγοραπωλησία μετοχών στο ΧΑΑ σε πραγματικό χρόνο μέσα από το κινητό του.

7.3.5 Υπηρεσία Περιαγωγής (Roaming)

Η καινοτόμος πολιτική της Telestet συνεχίστηκε και στο τρίτο τρίμηνο του 2000. Τον Ιούλιο, η εταιρεία προχώρησε στην παροχή υπηρεσιών περιαγωγής στους χρήστες καρτοκινητού τηλεφώνου. Το Δεκέμβριο του 1999, η Telestet οδήγησε την αγορά παρέχοντας στους χρήστες καρτοκινητής τηλεφωνίας υπηρεσίες περιαγωγής, επιτρέποντάς τους τη λήψη κλήσεων και την αποστολή & λήψη μηνυμάτων οπουδήποτε στο εξωτερικό. Τον Ιούλιο του 2000, η εταιρεία επέκτεινε τις προσφορές της στο χώρο της καρτοκινητής τηλεφωνίας, παρέχοντας ολοκληρωμένες υπηρεσίες περιαγωγής.

7.3.6 Τεχνολογία HSCSD

Ένας άλλος νεωτερισμός ήταν η εισαγωγή της τεχνολογίας High-speed Circuit Switched Data (HSCSD) στο GSM κινητό δίκτυο της εταιρείας, επιτρέποντας στους πελάτες της πρόσβαση στο χώρο του Διαδικτύου με ταχύτητα 38,4 Kbps, τέσσερις φορές μεγαλύτερη από την υπάρχουσα των 9,6 Kbps. Το HSCSD αποτέλεσε το πρώτο βήμα προς το GPRS και τις υπηρεσίες πολυμέσων (multimedia).

7.3.7 Υπηρεσία Cronus on line WAP

Η εταιρεία τελείωσε το τρίτο τρίμηνο του 2000, εισάγοντας στην αγορά την πρώτη καθετοποιημένη (vertical) WAP εφαρμογή. Πρόκειται για την Υπηρεσία “Cronus on line WAP”, σε συνεργασία με την αεροπορική εταιρεία Cronus Airlines. Η συγκεκριμένη υπηρεσία παρέχεται αποκλειστικά μέσω της “Telestet on line WAP” και επιτρέπει στον χρήστη πρόσβαση σε πληροφορίες όπως διαθεσιμότητα πτήσεων, ώρες αφίξεων/αναχωρήσεων καθώς και την επιλογή αυτόματης σύνδεσης με το τμήμα κρατήσεων της Cronus.

7.3.8 Υπηρεσία B Best 2 to 4

Το τέταρτο τρίμηνο του 2000, η Telestet συμπλήρωσε το πρόγραμμα B Best με την εισαγωγή του “B Best 2 to 4” για τους ελεύθερους επαγγελματίες, παρέχοντας έτσι υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες των χρηστών και στο συγκεκριμένο αυτό τμήμα της αγοράς. Το “B Best 2 to 4” είναι ένα καινοτόμο πρόγραμμα χαμηλού κόστους για πελάτες που χρειάζονται δύο έως τέσσερις γραμμές, χαμηλά μηνιαία τέλη, περιοδικές δόσεις πληρωμών και ολόκληρη την γκάμα υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας.

7.3.9 Υπηρεσία B free All Day

Το έτος 2000 τελείωσε με την εισαγωγή του προγράμματος “B free All Day”, προσφέροντας τη χαμηλότερη χρέωση ανά δευτερόλεπτο στην αγορά. Το συγκεκριμένο πακέτο έρχεται να συμπληρώσει τα έως τώρα τέλη του προγράμματος B free και απευθύνεται σε χρήστες που δεν έχουν ένα σταθερό τρόπο χρήσης του κινητού τους και επομένως δεν ήταν δυνατό να επωφελούνται από τις προηγούμενες 4 ζώνες ομιλίας με έκπτωση οι οποίες υπήρχαν έως τότε.⁶

7.3.10 Εταιρικές Υπηρεσίες

1) Υπηρεσίες Κινητού Γραφείου (Mobile Office Services)

➤ **Κινητό Γραφείο (Mobile Office)**

Οι υπηρεσίες Telestet B Best Mobile Office διευκολύνουν τις καθημερινές επαγγελματικές δραστηριότητες, δίνοντας τη μοναδική ευελιξία στους πελάτες της να στέλνουν και να λαμβάνουν όλων των ειδών τα δεδομένα ή και τα fax χρησιμοποιώντας το κινητό τους όπου κι αν βρίσκονται.

Η Υπηρεσία Telestet B Best Mobile Office επιτρέπει στους εταιρικούς πελάτες:

- Να έχουν πρόσβαση στο Internet
- Να στέλνουν και να λαμβάνουν fax και αρχεία
- Να χρησιμοποιούν το e-mail τους
- Να έχουν πρόσβαση σε τράπεζες πληροφοριών
- Να συνδέονται με το πληροφοριακό δίκτυο της εταιρείας τους

Πλεονεκτήματα

- Αξιόπιστη μετάδοση με ταχύτητα 14,4 kbps, μακριά από το γραφείο των πελατών
- Απόλυτα ασφαλής μετάδοση πληροφοριών, μέσω ψηφιακής κωδικοποίησης (encryption), που προσφέρει το δίκτυο GSM Telestet

- Δυνατότητα αποστολής και λήψης δεδομένων, ενώ ο πελάτης βρίσκεται στο εξωτερικό, αφού οι υπηρεσίες Telestet B Best Mobile Office είναι πλήρως συμβατές με τις αντίστοιχες των άλλων δικτύων GSM.

Απαιτούμενος Εξοπλισμός

- Κινητό τηλέφωνο με δυνατότητα αποστολής-λήψης δεδομένων
- Προσωπικός υπολογιστής με το κατάλληλο λογισμικό
- Ειδική “κάρτα επικοινωνίας” PCMCIA, απαραίτητη για τη σύνδεση με το κινητό
- Συσκευή fax group 3 για την αποστολή και λήψη fax.

➤ **Εταιρική πρόσβαση (Corporate Access) στο GPRS**

Η Telestet προσφέρει την τεχνολογία GPRS για πρόσβαση σε υπηρεσίες δεδομένων. Σε σύγκριση με τα 9,6 Kbytes που ίσχυαν μέχρι τώρα, οι νέες ταχύτητες για πρόσβαση σε δεδομένα μπορούν να ξεπεράσουν τα 100 Kbytes, ανάλογα με την διαθεσιμότητα των συσκευών GPRS από τους κατασκευαστές. Δεύτερο σημαντικό πλεονέκτημα του GPRS είναι η δυνατότητα του χρήστη να είναι συνεχώς συνδεδεμένος (always on) με το σύστημα χωρίς να χρεώνεται και χωρίς αυτό να επηρεάζει τη λειτουργία του κινητού του τηλεφώνου. Η χρέωση γίνεται κανονικά, αποκλειστικά βάσει του όγκου των δεδομένων άσχετα με τη χρονική διάρκεια της σύνδεσης.

Η εταιρική πρόσβαση στο GPRS, είναι μια υπηρεσία που παρέχεται αποκλειστικά στους εταιρικούς πελάτες και εξασφαλίζει την πρόσβαση στα εταιρικά δίκτυα/ LANs, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να διαβάζουν τα e-mail τους, να παρακολουθούν και να επεξεργάζονται στοιχεία από τις βάσεις δεδομένων της εταιρείας ή να χρησιμοποιούν άλλες εταιρικές εφαρμογές ενώ είναι εκτός γραφείου.

➤ **Επαγγελματικός Τηλεφωνητής Telestet B Best**

Ο επαγγελματικός τηλεφωνητής Telestet B Best αποτελεί ένα πολύτιμο επαγγελματικό εργαλείο με τις ακόλουθες δυνατότητες:

- Καταγραφής και αποστολής μηνυμάτων σε ένα συνδρομητή Telestet ή μια ομάδα συνδρομητών Telestet, άμεσα ή σε προγραμματισμένο χρόνο
- Προώθησης σε έναν ή μια ομάδα συνδρομητών Telestet, ένα μήνυμα που υπάρχει ήδη στον προσωπικό τηλεφωνητή, όπως ακριβώς είναι ή και με υπόμνημα
- Απάντησης σε ένα μήνυμα που υπάρχει στον επαγγελματικό τηλεφωνητή, απαντώντας κατευθείαν στον συνδρομητή που το άφησε
- Χαρακτηρισμού του μηνύματος του τηλεφωνητή ως “επείγον” ή απόρρητο ή και τα δύο
- Επιβεβαίωση της λήψης του μηνύματος
- Λήψης ενός μηνύματος fax (μέχρι και 5 σελίδες) και εκτύπωση σε συσκευή fax group 3.

➤ **Τηλεσυνδιάσκεψη**

Η Υπηρεσία Τηλεσυνδιάσκεψης επιτρέπει στον συνδρομητή την ταυτόχρονη συνομιλία μέχρι και με 5 άτομα. Ο μέγιστος αριθμός συμμετεχόντων συνομιλητών είναι 5 & 1 άτομο, ο συνδρομητής της υπηρεσίας. Οι συμμετέχοντες συνομιλητές μπορεί να είναι συνδρομητές οποιουδήποτε σταθερού ή κινητού δικτύου τηλεφωνίας. Τηλεσυνδιάσκεψη μπορεί να γίνει είτε με εισερχόμενες, είτε με εξερχόμενες κλήσεις προς το συνδρομητή της Τηλεσυνδιάσκεψης.

2) Υπηρεσίες διασύνδεσης

➤ Υπηρεσία Επιχειρησιακής Διασύνδεσης

Η υπηρεσία Telestet B Best Business Connect επιτρέπει στην εταιρεία να μειώσει το κόστος των τηλεφωνημάτων που πραγματοποιούνται από το σταθερό της δίκτυο προς κινητά Telestet, μετατρέποντας το εταιρικό σταθερό της δίκτυο σε δίκτυο Telestet. Χάρη σε μια ειδική συσκευή (Fixed Cellular Terminal), το τηλεφωνικό κέντρο της εταιρείας συνδέεται με το προηγμένο δίκτυο της Telestet κι έτσι ενισχύεται με επιπλέον γραμμές και με αριθμούς κλήσης Telestet που μπορεί να είναι ίδιοι με αυτούς τους σταθερού δικτύου.

Με την υπηρεσία αυτή επιτυγχάνονται σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως:

- Μείωση των τηλεπικοινωνιακών δαπανών
- Αξιόπιστη επικοινωνία
- Εύκολη εγκατάσταση και λειτουργία
- Αμετάβλητοι αριθμοί κλήσης, ακόμα και αν η εταιρεία αλλάξει διεύθυνση
- Αναλυτικό λογαριασμό (Itemised billing)

➤ Υπηρεσία Εταιρικής Διασύνδεσης

Η υπηρεσία Telestet B Best Corporate Connect επιτρέπει τη βελτίωση της ποιότητας της τηλεφωνικής επικοινωνίας, συνδέοντας το τηλεφωνικό κέντρο της εταιρείας απευθείας με το δίκτυο της Telestet. Συγχρόνως εξασφαλίζει σημαντική μείωση του κόστους των τηλεπικοινωνιακών δαπανών της εταιρείας.

Με την υπηρεσία αυτή υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως:

- Η δημιουργία Ομάδας Εταιρικών Χρηστών, οι οποίοι μπορούν να επικοινωνούν από τα σταθερά τηλέφωνα του γραφείου τους προς οποιοδήποτε κινητό Telestet, χωρίς τη μεσολάβηση του δικτύου σταθερής τηλεφωνίας, με ειδικές εταιρικές χρεώσεις
- Η αύξηση της χωρητικότητας του τηλεπικοινωνιακού κέντρου με τη δυνατότητα 15 επιπλέον κλήσεων (εισερχομένων/εξερχομένων) ταυτόχρονα. Η χωρητικότητα μπορεί να αυξηθεί ανάλογα με το μέγεθος της εταιρείας και τις απαιτήσεις της.
- Απόλυτη διαφάνεια στις χρεώσεις, καθώς όλες οι κλήσεις εμφανίζονται σε έναν αναλυτικό εταιρικό λογαριασμό

- Αξιόπιστη υπεύθυνη εγκατάσταση από το εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό της Telestet
- Διαρκή τεχνική υποστήριξη 24 ώρες το 24ωρο, όλο το χρόνο, με την εγγύηση της Telestet

➤ **Υπηρεσία Ιδεατού Ιδιωτικού Δικτύου - VPN**

Η υπηρεσία Telestet B Best Virtual Private Network δίνει τη δυνατότητα στην εταιρεία να δημιουργήσει το δικό της ιδιωτικό δίκτυο επικοινωνίας. Επιτρέπει δηλαδή τη δημιουργία μιας ή περισσότερων ομάδων χρηστών (π.χ. επιλεγμένοι συνάδελφοι και συνεργάτες) και τον καθορισμό του επιπέδου πρόσβασης καθώς και τις υπηρεσίες επικοινωνίας που μπορούν να έχουν τα μέλη της.

Συγκεκριμένα, με την υπηρεσία αυτή επιτυγχάνονται σημαντικά πλεονεκτήματα όπως:

- Πλάνο σύντομης κλήσης (short dialing). Είναι ένα πλάνο από 4ψήφιους αριθμούς από τους οποίους, το 1^ο ψηφίο προσδιορίζει το είδος κλήσης. Τα επόμενα 3 ψηφία του 4ψήφιου αριθμού μπορούν να συμπίπτουν με τα 3 τελευταία ψηφία του σταθερού τηλεφώνου γραφείου κάθε μέλους της ομάδας
- Δημιουργία υπο-ομάδων με διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης. Εντός της προκαθορισμένης ομάδας χρηστών μπορούν να δημιουργηθούν υπο-ομάδες με διαφορετικές δυνατότητες επικοινωνίας των μελών κάθε μιας
- Περιορισμοί κλήσεων. Υπάρχει η δυνατότητα να τεθούν περιορισμοί στις εξερχόμενες κλήσεις που πραγματοποιούνται από ορισμένα μέλη μιας ομάδας χρηστών. Οι περιορισμοί αυτοί πρέπει να έχουν ενεργοποιηθεί ή απενεργοποιηθεί εκ των προτέρων, με αντίστοιχη αίτηση στον Υπεύθυνο B Best της Telestet ⁷

7.4 Δίκτυο Διανομής

Κατά τη διάρκεια του 2000, η Telestet συνέχισε την ενδυνάμωση του δικτύου διανομής της. Πέρα από την αύξηση των σημείων πώλησης των προϊόντων της, η εταιρεία προχώρησε στη διαφοροποίηση του δικτύου διανομής της, προσθέτοντας περισσότερα σημεία απευθείας πωλήσεων, αλλά και εφαρμόζοντας εναλλακτικούς - μη παραδοσιακούς - μη παραδοσιακούς τρόπους πώλησης.

Μέχρι το τέλος του χρόνου, λειτουργούσαν στην Ελλάδα 44 καταστήματα Telepolis & 15 αποκλειστικά καταστήματα (Exclusive shops) Telestet. Η συνδυασμένη δραστηριότητά τους αντιπροσώπευε το 13% της συνολικής εμπορικής λειτουργίας της εταιρείας. Επιπλέον, η εταιρεία προχώρησε στην επανατοποθέτηση των Telepolis, εφαρμόζοντας παράλληλα νέες αντιλήψεις αναφορικά με την έννοια και το σχέδιο ενός καταστήματος, ακολουθώντας πολιτικές ηλεκτρονικού εμπορίου (Telestet Emporio) και εμπλουτίζοντας τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που αυτά παρείχαν.

Επιπλέον, η Telestet προχώρησε στην ενδυνάμωση των σχέσεων της με τους ενδιάμεσους πωλητές των προϊόντων της, ανακαλύπτοντας καινούργια πεδία συνεργασίας. Ανέπτυξε το δίκτυο προβολής των εταιρικών προϊόντων της για

τη διανομή των προϊόντων & υπηρεσιών του B Best στο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς, ενώ πρόσθεσε δύο ακόμα πωλητές (dealers) στο υπάρχον δίκτυο λιανικής, τη Santel και Image & Sound SA.

Η εταιρεία υποστήριξε το κύριο δίκτυο διανομής της, προκειμένου ν' αυξήσει την αποτελεσματικότητά του και να πετύχει την ενδυνάμωση της επωνυμίας του και της ποιότητας παροχής υπηρεσιών στο χώρο του καταστήματος. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα εφαρμόστηκε μέσα από εκπαίδευση του προσωπικού και την αυξημένη παρουσία υπευθύνων στα σημεία πώλησης. Επιπλέον, προκειμένου η εταιρεία ν' αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της, εφήρμοσε ένα νέο μοντέλο εμπορικής πολιτικής, το οποίο βασιζόταν στην εκτίμηση της απόδοσης των πωλητών της, των υπηρεσιών που παρέχονταν και την οικονομική αξία των πελατών της.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η Telestet υιοθέτησε και εναλλακτικούς τρόπους πώλησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της. Μεταξύ των εταιρειών που συμφώνησαν να πωλούν προϊόντα Telestet είναι το Carrefour (κορυφαία αλυσίδα υπερ-μάρκετ στην Ευρώπη), η αλυσίδα Zachs, όπως επίσης και η Databank, εταιρεία με ισχυρή παρουσία στο χώρο του τηλεμάρκετινγκ.⁸

7.5 Οικονομικά Στοιχεία

7.5.1 Κύκλος εργασιών

Ο κύκλος εργασιών της Telestet ανήλθε για τη χρήση του 2000 (1/1-31/12/2000) σε 177,2 δισ. δρχ. (520 εκατ. ευρώ) έναντι 151,6 δισ. δρχ. (444,8 εκατ. ευρώ) το 1999, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 17%. Η αύξηση αυτή οφείλεται στην ανάπτυξη των πελατών κατά 39,1% το 2000 σε σχέση με το περασμένο έτος, φθάνοντας τους 1.645.392 συνδρομητές.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η ανάλυση του κύκλου εργασιών ανά δραστηριότητα για την περίοδο 1/1/1998-31/12/2000

Πίνακας 15 – Ανάλυση Κύκλου Εργασιών της Telestet

Ανάλυση κύκλου εργασιών (σε εκατ. δρχ.)	1998	1999	2000
Μηνιαία τέλη υπηρεσιών	26.073	28.785	22.079
Εξερχόμενες κλήσεις	26.174	31.663	31.279
Εκκαθάριση δικτύου ΟΤΕ	38.567	50.057	54.709
Κάρτες προπληρωμένου χρόνου (B free)	5.656	16.406	35.234
Τέλη περιαγωγής από πελάτες της εταιρείας	2.535	2.412	3.306
Τέλη περιαγωγής από πελάτες του διεθνούς δικτύου GSM	7.357	7.892	9.113

Επικοινωνίες δεδομένων	696	3.200	5.406
Πωλήσεις συσκευών & εξαρτημάτων	11.069	10.051	14.289
Έσοδα από λοιπές δραστηριότητες	359	1.106	1.739
Σύνολο κύκλου εργασιών	118.486	151.572	177.154

Πηγή: Telestet, Annual Report 2000

7.5.2 Κόστος πωλήσεων - Μικτό Κέρδος

Το κόστος πωλήσεων για την περίοδο που έληξε στις 31/12/00 ανήλθε σε 67,8 δισ. δρχ. (199 εκατ. ευρώ) έναντι 53,4 δισ. δρχ. (156,7 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο. Ο ρυθμός αύξησης του κόστους πωληθέντων ήταν 27%.

Το μικτό κέρδος για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00 ανήλθε σε 109,3 δισ. δρχ. (321 εκατ. ευρώ) αυξημένο κατά 11,4% έναντι της προηγούμενης περιόδου που έληξε στις 31/12/99 και ήταν 98,2 δισ. δρχ. (288 εκατ. ευρώ).

7.5.3 Έξοδα Διοίκησης & Λειτουργία Διάθεσης

Τα Γενικά Έξοδα Διοίκησης & Διάθεσης αυξήθηκαν σε 82,3 δισ. δρχ. (241,5 εκατ. ευρώ) τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00 από 70,8 δισ. δρχ. (208 εκατ. ευρώ) την προηγούμενη περίοδο. Η αύξηση κατά 16,3% των εξόδων διοίκησης & διάθεσης κατά τη χρήση 2000, είναι ελαφρώς μικρότερη από την αύξηση του κύκλου εργασιών. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών, τα λειτουργικά έξοδα μειώθηκαν ελάχιστα από 46,7% το έτος 1999 σε 46,5% το έτος 2000.

7.5.4 Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης

Το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00 ανήλθε σε 24,9 δισ. δρχ. (73,2 εκατ. ευρώ) έναντι 24,3 δισ. δρχ. (71,4 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο, εμφανίζοντας αύξηση κατά 2,5%. Ως ποσοστό του κύκλου εργασιών, το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης μειώθηκε από 16% σε 14% κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

7.5.5 Κέρδη προ φόρων

Για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00, τα κέρδη προ φόρων ανήλθαν σε 17,8 δισ. δρχ. (52,3 εκατ. ευρώ) έναντι 15 δισ. δρχ. (44,2 εκατ. ευρώ) για την προηγούμενη δωδεκάμηνη περίοδο παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 18,3%. Το αντίστοιχο περιθώριο κέρδους ανήλθε σε 10% για την περίοδο που έληξε στις 31/12/00, έναντι του 9,9% για την περίοδο που έληξε στις 31/12/99.

7.5.6 Αποτελέσματα Χρήσεως

Τα κέρδη μετά από φόρους ανήλθαν σε 9 δισ. δρχ. (26,7 εκατ. ευρώ) για τη δωδεκάμηνη περίοδο που έληξε στις 31/12/00, έναντι 6,6 δισ. δρχ. (19,4 εκατ. ευρώ) την προηγούμενη χρήση. Το περιθώριο κέρδους μετά από φόρους αυξήθηκε σε 5% το έτος 2000 έναντι 4% το έτος 1999.

7.5.7 Αριθμοδείκτες

Πίνακας 16 – Αριθμοδείκτες της Telestet

	ΔΕΙΚΤΕΣ	Έτος 1999	Έτος 2000
Ρευστότητας	Δ. γενικής ρευστότητας	0,46	0,45
	Δ. ειδικής ρευστότητας	0,42	0,42
Δραστηριότητας	Δ. ταχύτ. εισπρ. απαιτήσεων	5,4	5,2
Αποδοτικότητα	Δ. μικτού κέρδους	64,8%	61,7%
	Δ. αποδοτ. απασχολ. κεφαλαίων	12,86%	11,73%
	Δ. αποδοτ. ιδίων κεφαλαίων	48,7%	46%
Διαρθρώσεως κεφαλαίων	Δ. ιδίων/συνολικά κεφάλαια	19,6%	19,4%
	Δ. δανειακών κεφαλαίων	80,4%	80,6%
	Δ. ιδίων/δανειακά κεφάλαια	24,4%	24,1%

Πηγή: Telestet, Annual Report 2000

1. Ο δείκτης γενικής ρευστότητας της Telestet παρέμεινε σχεδόν ίδιος για τα έτη 1999 & 2000 στο 0,45. Αυτός ο δείκτης είναι μικρός, γιατί οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της εταιρείας, είναι υπερδιπλάσιες από το κυκλοφορούν ενεργητικό της. Αυτή η ανεπάρκεια κυκλοφοριακών στοιχείων της Telestet, οδηγεί σε αδυναμία εκπληρώσεως των τρεχουσών υποχρεώσεών της.
2. Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας της Telestet παρέμεινε κι αυτός σταθερός για τα έτη 1999 & 2000 στο 0,42. Η μικρή διαφορά του με το δείκτη

γενικής ρευστότητας αποτελεί ένδειξη ότι υπάρχει μικρός αριθμός αποθεμάτων στην εταιρεία.

3. Ο δείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων της Telestet μειώθηκε ελάχιστα από 5,4 το έτος 1999 σε 5,2 το έτος 2000. Αυτό σημαίνει ότι ο χρόνος παραμονής των απαιτήσεων στην εταιρεία αυξήθηκε από 68 σε 71 ημέρες. Όσο μικρότερος είναι αυτός ο δείκτης, τόσο περισσότερα κεφάλαια δεσμεύονται από την εταιρεία και παραμένουν ανεκμετάλλευτα.
4. Ο δείκτης μικτού κέρδους της Telestet μειώθηκε από 64,8% το έτος 1999 σε 61,7% το έτος 2000. Ο δείκτης αυτός υποδηλώνει πόσο επικερδής είναι η εταιρεία από την πώληση των προϊόντων & των υπηρεσιών της. Στην Telestet, ο ρυθμός αύξησης του κόστους των πωληθέντων (27%) ήταν μεγαλύτερος από τον ρυθμό αύξησης του κύκλου εργασιών (17%), γι' αυτό ο δείκτης μικτού κέρδους παρουσίασε μείωση.
5. Ο δείκτης αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων της Telestet μειώθηκε από 12,86% το έτος 1999 σε 11,73% το έτος 2000. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα κέρδη της Telestet αυξήθηκαν με μικρότερο ρυθμό απ' ό,τι τα συνολικά απασχολούμενα κεφάλαιά της.
6. Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων της Telestet μειώθηκε λίγο από 48,7% το έτος 1999 σε 46% το έτος 2000. Αυτή η μικρή μείωση υφίσταται, γιατί ο ρυθμός αύξησης των ιδίων κεφαλαίων της εταιρείας είναι μεγαλύτερος από το ρυθμό αύξησης των καθαρών κερδών της.
7. Ο δείκτης ιδίων/συνολικά κεφάλαια της Telestet μειώθηκε ελάχιστα από 19,6% σε 19,4% το έτος 2000. Ο δείκτης αυτός αντανάκλα τη μακροχρόνια ρευστότητα της εταιρείας, με το να παρέχει ένδειξη για την ύπαρξη ή όχι πίεσεως για την εξόφληση και εξυπηρέτηση των υποχρεώσεων της. Για την Telestet, ο συγκεκριμένος δείκτης παραμένει μικρός.
8. Ο δείκτης δανειακών κεφαλαίων της Telestet αυξήθηκε ελάχιστα από 80,4% το έτος 1999 σε 80,6% το έτος 2000. Αυτός ο δείκτης είναι υψηλός, γιατί το μεγαλύτερο μέρος των απασχολούμενων κεφαλαίων της εταιρείας αποτελείται από ξένα κεφάλαια. Κάτι τέτοιο όμως, υποδηλώνει μια αδυναμία ασφάλειας στους δανειστές της εταιρείας.
9. Ο δείκτης ιδίων/δανειακά κεφάλαια της Telestet μειώθηκε ελάχιστα από 24,4% το έτος 1999 σε 24,1% το έτος 2000. Αυτός ο δείκτης είναι χαμηλός, γιατί η εταιρεία έχει προσφύγει στον εξωτερικό δανεισμό. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει περιορισμένη εξασφάλιση των πιστωτών της εταιρείας.⁹

7.6 Στόχοι και Προοπτικές

Η Telestet έπειτα από 9 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά θεωρείται η εταιρεία με τις πλέον πρωτοποριακές ιδέες ως προς την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Το 1998 έφερε πρώτη την καρτοκινητή τηλεφωνία λανσάροντας το B free, ένα brand που έγινε το σήμα κατατεθέν στην καρτοκινητή, ενώ πρώτη προσέφερε υπηρεσίες WAP και GPRS. Το καλοκαίρι του 2001 παρουσίασε τη νέα καρτοκινητή τηλεφωνία Free2Go που μέχρι σήμερα διατηρεί τα αποκλειστικά χαρακτηριστικά της. Είναι η μόνη καρτοκινητή σύνδεση που πωλείται και στο περίπτερο και ενεργοποιείται αυτόματα με το πρώτο εξερχόμενο τηλεφώνημα, χωρίς ο χρήστης να έχει την υποχρέωση να επικοινωνήσει με την εταιρεία για να δώσει τα στοιχεία του.

Τα μελλοντικά σχέδια της εταιρείας εστιάζονται στην συνεχή προσφορά νέων υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας τόσο στην δεύτερη γενιά (GSM) όσο και στην ενδιάμεση γενιά (2,5G) του GPRS. Η Telestet αυτή την περίοδο έχει προχωρήσει και σε πιλοτικές δοκιμές υπηρεσιών που συνδυάζουν στοιχεία πολυμέσων όπως το video streaming στο κινητό. Ωστόσο, αυτού του είδους οι υπηρεσίες (βίντεο σε κινητό, κινούμενη εικόνα, ηχο-μηνύματα) θα είναι διαθέσιμες μέσα στο δεύτερο εξάμηνο του 2002, οπότε και θα λανσάρει τις νέες υπηρεσίες MMS (Multimedia Messaging Services).¹⁰

Το ενδιαφέρον στην πλατφόρμα που δοκιμάζει η Telestet είναι το γεγονός ότι μπορεί να συλλειτουργήσει και στο υπάρχον GPRS δίκτυο της εταιρείας, καθώς οι ελάχιστες απαιτήσεις όσον αφορά την ταχύτητα μετάδοσης των δεδομένων είναι μεταξύ 30 και 40 Kbps. Βέβαια, για συγκεκριμένα αρχεία βίντεο και κυρίως αυτά τα οποία περιέχουν πολλή κίνηση, όπως είναι τα αθλητικά γεγονότα, όσο υψηλότερες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων υπάρχουν τόσο το καλύτερο. Όμως, για αρχεία πολυμέσων όπως είναι τα δελτία ειδήσεων ή η ενημέρωση για τον καιρό, τα 30 Kbps κρίνονται αρκετά.¹¹

Η Telestet θα προσπαθήσει ν' αυξήσει την παρουσία της στο Ελληνικό οικονομικό περιβάλλον, εστιάζοντας στην κύρια δραστηριότητας της. Γι' αυτό σκοπεύει :

- Να συνεχίσει να επικεντρώνεται στους εταιρικούς πελάτες, μέσω βελτιωμένων προϊόντων & υπηρεσιών και καλά δομημένων τιμολογιακών σχεδίων
- Να προσαρμόσει το υπάρχον δίκτυο διανομής της, για να ανταποκρίνεται στις αλλαγές των αναγκών των πελατών της:
 - επεκτείνοντας το δίκτυο διανομής με περαιτέρω διείσδυση σε μεγάλες αλυσίδες λιανικής πώλησης και
 - ενισχύοντας το κανάλι άμεσων πωλήσεων, στηριζόμενη στην ονομασία της Telestet για να προσφέρει υπηρεσίες καλύτερης ποιότητας
- Να συνεχίσει να επενδύει στην υποδομή του δικτύου για να βελτιώσει την απόδοσή της, την ποιότητα κάλυψης σε στρατηγικές περιοχές και να προετοιμαστεί για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών¹²

Παράλληλα είναι σε διαδικασία ανάπτυξης του δικτύου κινητής τηλεφωνίας τρίτης γενιάς έχοντας αποκτήσει τη σχετική άδεια για υπηρεσίες UMTS τον Ιούλιο του 2001. Η Telestet θα προσφέρει τις πρώτες υπηρεσίες UMTS σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη το 2003, ενώ το 2004 η εταιρεία θα καλύπτει όλες τις

κύριες οδικές αρτηρίες της πρωτεύουσας καθώς και τους χώρους διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων.

Σε ό,τι αφορά την επέκτασή της σε νέες αγορές η Telestet τηρεί μια διερευνητική στάση σχετικά χαμηλών τόνων.¹³

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Telestet, Annual Report 1999, σελ. 20
2. Χρ. Καλμαντής, Εφημ. Εξπρές, “Τηλεπικοινωνίες Κινητή Τηλεφωνία”, Έτος 39^ο, Απρίλιος 2001, σελ. 13
3. Telestet, ο.π., σελ. 20
4. Telestet, Annual Report 2000, σελ. 20
5. Δημ. Μαλλάς, Εφημ. Ημερησία, Net Business, 20-21 Απριλίου 2002, Τεύχος 67, σελ. 6
6. Telestet, Annual Report 2000, σελ. 23
7. www.telestet.gr
8. Telestet, Annual Report 2000, σελ. 26
9. Telestet, Επεξεργασία Ισολογισμού - Κ.Α.Χ. έτους 1999,2000
10. Δημ. Τσιούφος, Λ. Καλαμαρά, Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, 29-30 Ιουνίου 2002, σελ. 10
11. Δημ. Μαλλάς, Εφημ. Ημερησία, Net Business, ο.π., σελ. 10
12. Telestet, Annual Report 2000, σελ. 7
13. Δημ. Τσιούφος, Λ. Καλαμαρά, Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, ο.π. σελ.20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

8.1 Γενικά

Κατά την τριετία 1999-2001, η χώρα μας κατέλαβε την πρώτη θέση όσον αφορά τη διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στην ευρωπαϊκή αγορά, αναδεικνύοντας τη δυναμική που εμφανίζει μια μικρή αγορά, που έχει ανάγκη άμεσων και ποιοτικών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών.

Ο τομέας της κινητής τηλεφωνίας κατά κύριο λόγο οδήγησε την ανάπτυξη της αγοράς των τηλεπικοινωνιών και το 2001. Για μια ακόμη χρονιά, τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας είδαν τους συνδρομητές τους ν' αυξάνονται συνολικά περίπου κατά 2 εκατομμύρια.¹ Οι χρήστες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα, ανήλθαν συνολικά σε 7,96 εκατομμύρια, στις 31 Δεκεμβρίου 2001, (από 5,93 εκατ.), που αντιπροσωπεύει βαθμό διείσδυσης στην ελληνική αγορά της τάξεως του 73%.²

Ωστόσο, το ποσοστό αυτό αμφισβητείται, καθώς υπάρχουν αρκετοί ανενεργοί χρήστες, όπου, σύμφωνα με εκτιμήσεις, το πραγματικό ποσοστό διείσδυσης κυμαίνεται μεταξύ 60% και 65%. Σύμφωνα και με τα οικονομικά αποτελέσματα των εταιρειών, η κινητή τηλεφωνία αποτέλεσε κατά 80% την κύρια πηγή ανάπτυξης της ελληνικής τηλεπικοινωνιακής αγοράς.³

8.2 Στοιχεία Κλάδου Κινητής Τηλεφωνίας (Εξέλιξη συνδρομητών)

Οι ακόλουθοι πίνακες παρουσιάζουν το μερίδιο αγοράς που κατέχει κάθε μια από τις εταιρείες του κλάδου στους συνδρομητές υπηρεσιών βάσει συμβολαίου, τους χρήστες καρτοκινητής τηλεφωνίας, αλλά και το συνολικό μερίδιο αγοράς τους από το 1997 μέχρι και το 2001.

Πίνακας 17 – Συνδρομητές Υπηρεσιών βάσει Συμβολαίου

	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%	2001	%
COSMOTE	-	(0%)	262.154	(20%)	677.766	(37%)	1.205.065	(49%)	1.461.767	(50%)
VODAFONE	499.099	(62%)	686.466	(51%)	714.118	(39%)	740.428	(30%)	810.198	(28%)
TELESTET	302.112	(38%)	391.150	(29%)	449.281	(24%)	517.378	(21%)	662.763	(22%)
ΣΥΝΟΛΟ	801.211	(100%)	1.339.770	(100%)	1.841.165	(100%)	2.462.871	(100%)	2.934.728	(100%)

Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Teletet

Πίνακας 18 – Χρήστες Υπηρεσιών Προπληρωμένης Κινητής Τηλεφωνίας

	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%	2001	%
COSMOTE	-	(0%)	36.684	(5%)	370.586	(18%)	855.946	(25%)	1.481.765	(30%)
VODAFONE	47.603	(35%)	381.966	(53%)	949.091	(46%)	1.485.741	(43%)	2.074.674	(41%)

TELESTET	89.224 (65%)	297.464 (42%)	733.470 (36%)	1.128.014.(32%)	1.472.575 (29%)
ΣΥΝΟΛΟ	136.827(100%)	716.114 (100%)	2.053.147(100%)	3.469.701(100%)	5.029.014(100%)

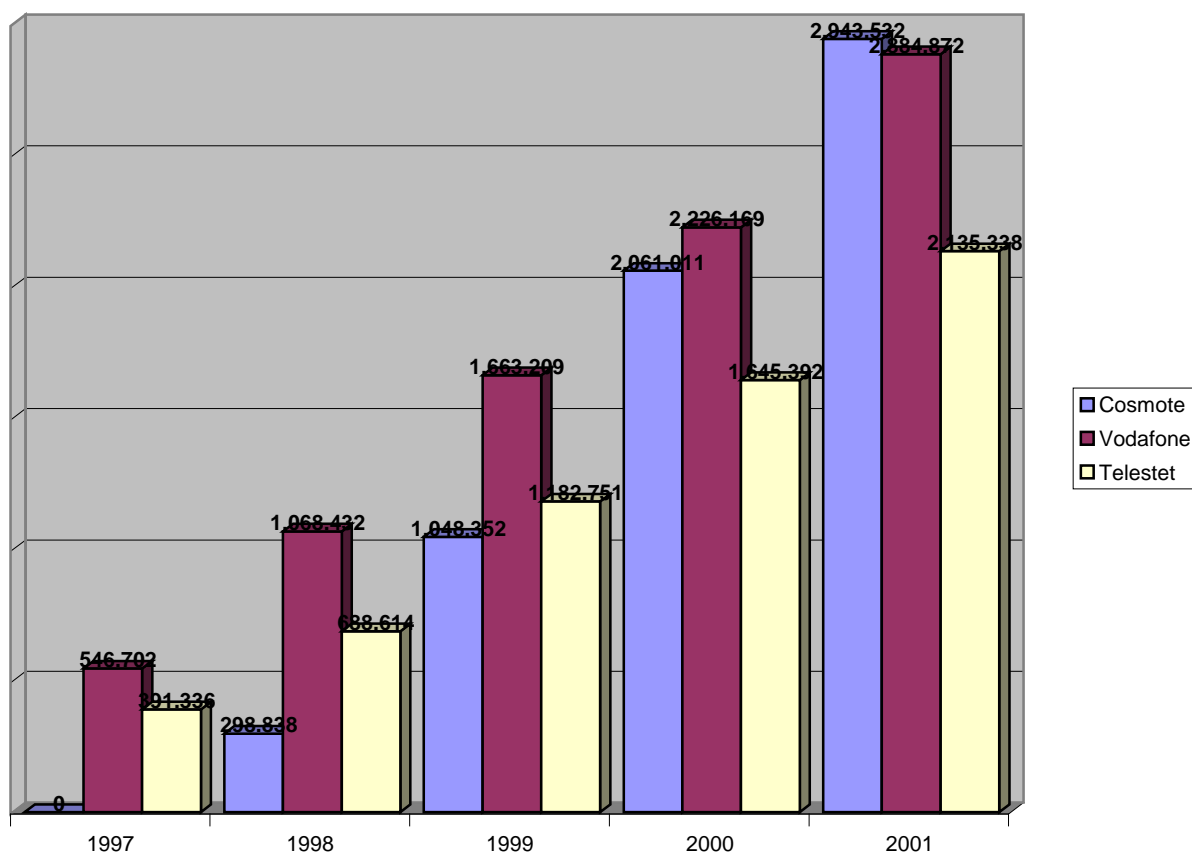
Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Telestet

Πίνακας 19 - Συνολικό Μερίδιο Αγοράς

	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%	2001	%
COSMOTE	-	(0%)	298.838	(15%)	1.048.352	(27%)	2.061.011	(35%)	2.943.532	(37%)
VODAFONE	546.702	(58%)	1.068.432	(52%)	1.663.209	(43%)	2.226.169	(37%)	2.884.872	(36%)
TELESTET	391.336	(42%)	688.614	(33%)	1.182.751	(30%)	1.645.392	(28%)	2.135.338	(27%)
ΣΥΝΟΛΟ	938.038(100%)		2.055.884(100%)		3.894.312(100%)		5.932.572(100%)		7.963.742(100%)	

⁴ Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Telestet

Ο ανταγωνισμός των τριών εταιρειών κινητής το 2001 ήταν έντονος και το 2002 θα ενταθεί ακόμη περισσότερο, λόγω της εισόδου στην αγορά της Q-Telecom.⁵ Η Q-Telecom είναι ο νέος τηλεπικοινωνιακός φορέας που προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στην κινητή και στη σταθερή τηλεφωνία.⁶ Οι υπηρεσίες της περιλαμβάνουν καρτοκινητή τηλεφωνία, αλλά και συνδέσεις με συμβόλαιο, υπηρεσία γραπτών μηνυμάτων SMS και σταθερή τηλεφωνία με χρήση του τετραψήφιου 1765.⁷



Διάγραμμα 5 – Εξέλιξη των συνδρομητών κατά την πενταετία 1997-2001

Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Telestet

Ως γεγονός του 2001 μπορεί να χαρακτηριστεί η κατάκτηση της πρώτης θέσης όσον αφορά τον αριθμό των συνδρομητών από την Cosmote. Η θυγατρική του

ΟΤΕ κατάφερε, μόλις σε μία τριετία, να καταστεί η μεγαλύτερη εταιρεία κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας. Η Cosmote κατέλαβε την πρώτη θέση, με μικρή διαφορά από τη Vodafone, η οποία διατηρεί την πρώτη θέση στις πωλήσεις.

Χαρακτηριστικό, επίσης, είναι η επικράτηση της καρτοκινητής, ειδικά στις επιλογές των νέων χρηστών που αποδεικνύονται πολύ καλοί καταναλωτές τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Το 70% και πλέον των νέων συνδέσεων αφορούσαν πακέτα καρτοκινητής τηλεφωνίας, με αποτέλεσμα οι χρήστες πακέτων προπληρωμένου χρόνου να ανέρχονται σε 5.029.014 έναντι 2.934.728 συνδρομητών με συμβόλαιο.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του 2001, τα οποία μέχρι το τέλος του 2002 θα τροποποιηθούν και λόγω της Q-Telecom, στην κατηγορία της καρτοκινητής η Vodafone βρίσκεται στην πρώτη θέση (41%) και ακολουθεί η Cosmote (30%), η οποία ξεπέρασε την Telestet (29%).

Στους συνδρομητές με συμβόλαιο προηγείται με μεγάλη διαφορά η Cosmote, η οποία έχει σχεδόν το 50% των συνδέσεων της κατηγορίας, ακολουθούν η Vodafone (28%) και η Telestet (22%).

Χαρακτηριστικό της πολιτικής που ακολουθήθηκε το 2001 και θα διαρκέσει για πολύ χρονικό διάστημα ως «όπλο» για την αύξηση του αριθμού των συνδρομητών, εκ μέρους των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας και των ανεξάρτητων δικτύων διανομής είναι η υλοποίηση σειράς ενεργειών, με στόχο τη διατήρηση της βάσης των συνδρομητών τους και τη διεκδίκηση νέων πελατών.

Υπήρξε σημαντική μείωση τιμών, τόσο χρεώσεων όσο και παγίων (ήδη η Q-Telecom κατήργησε την πάγια χρέωση), με αποτέλεσμα οι χρεώσεις των βασικών πακέτων των τριών μεγαλύτερων δικτύων να εμφανίζουν ελάχιστες διαφορές. Το κρίσιμο σημείο στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας, το οποίο τη διαφοροποιεί σε σημαντικό βαθμό από την υπόλοιπη ευρωπαϊκή αγορά, είναι οι επιδοτήσεις των συσκευών.⁸

8.3 Οικονομικά Αποτελέσματα των εταιρειών Κινητής Τηλεφωνίας

Πίνακας 20 – Σύνολο Κύκλου Εργασιών (σε χιλιάδες ευρώ)

	1998	1999	2000	2001
Cosmote	48.212	343.617	595.059	848.695
Vodafone*	706.481	760.746	836.456**	977.039

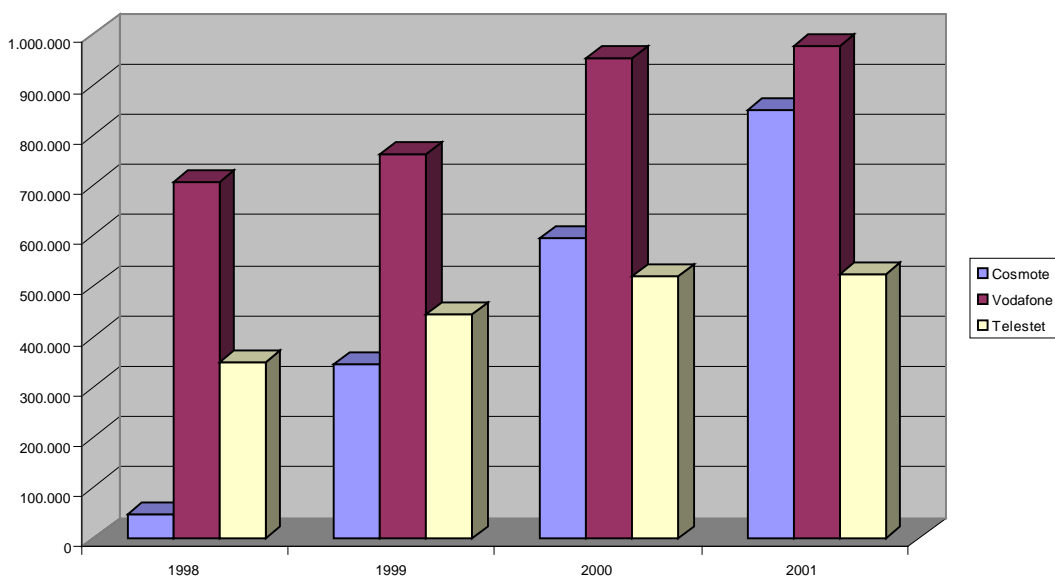
* Οι αντίστοιχες χρήσεις για τη Vodafone είναι:

1/1/98-31/3/99, 1/4/99-31/3/00, 1/4/00-31/3/01 & 1/4/01-31/3/02

** Στα αποτελέσματα χρήσεως που έληξε στις 31/3/01, απαλείφθηκαν οι ενδοεταιρικές συναλλαγές της VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ και των απορροφώμενων εταιρειών ΠΑΝΑΦΟΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ και UNIFON για να καταστούν ομοειδή και συγκρίσιμα με τα αντίστοιχα κονδύλια της κλειομένης περιόδου.

Telestet	347.721	444.820	519.895	523.757
-----------------	---------	---------	---------	---------

Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Telestet

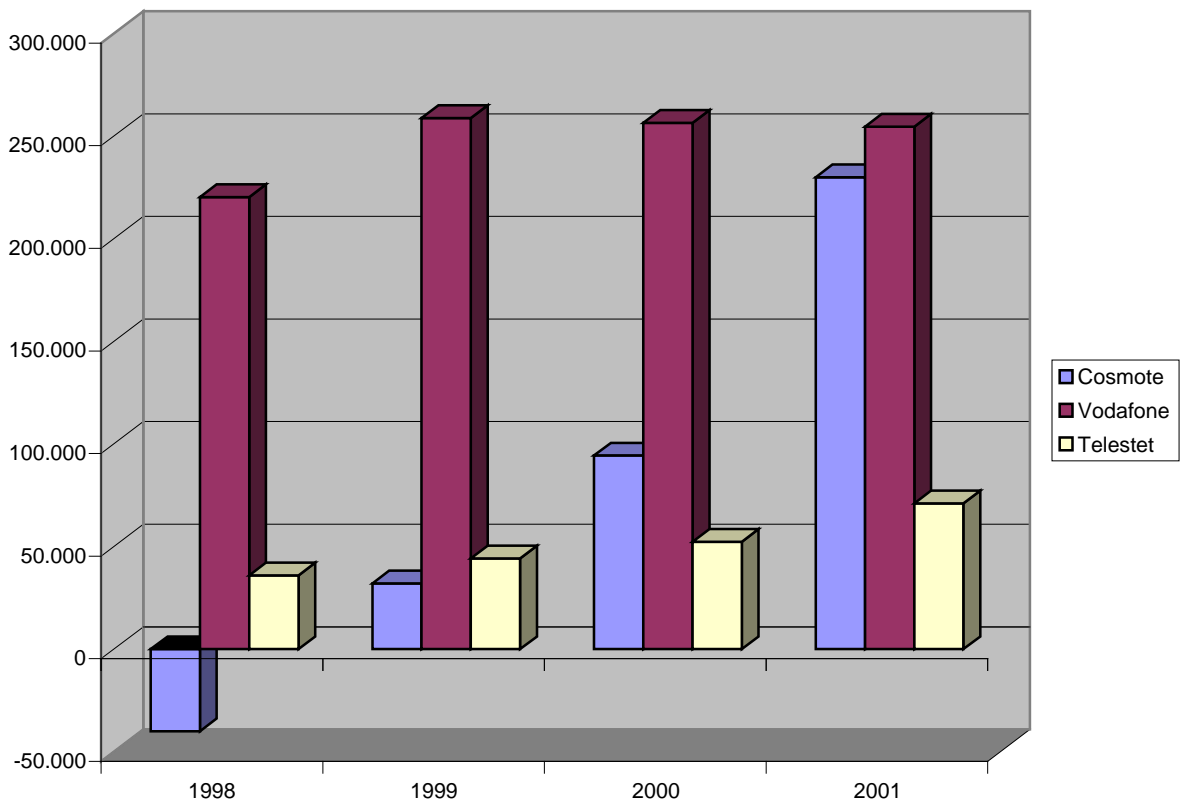


Διάγραμμα 6 - Σύνολο Κύκλου Εργασιών (σε χιλιάδες ευρώ)

Πίνακας 21 – Καθαρά Αποτελέσματα Χρήσεως προ φόρων (σε χιλιάδες ευρώ)

	1998	1999	2000	2001
Cosmote	(40.044)	32.045	94.367	229.936
Vodafone	220.283	258.768	256.473	254.590
Telestet	35.926	44.199	52.289	71.082

Πηγή: Ετήσιοι Απολογισμοί της Vodafone, Cosmote & Telestet



Διάγραμμα 7 – Καθαρά Αποτελέσματα Χρήσεως προ φόρων (σε χιλιάδες ευρώ)

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας εμφανίζουν μια σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών τους και των καθαρών κερδών τους προ φόρων στην τετραετία 1998-2001. Βέβαια, η Cosmote που ξεκίνησε την εμπορική της λειτουργία τον Απρίλιο του 1998 παρουσιάζει πιο ραγδαίες εξελίξεις τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρείες που λειτουργούσαν ήδη από το 1993.

Αναλυτικότερα:

- Η Cosmote

Δεδομένου ότι η εταιρεία άσκησε πλήρη επιχειρηματική δραστηριότητα για πρώτη φορά στη χρήση 1999, εμφανίζει στην τριετία 1999-2001 μια αύξηση του κύκλου εργασιών της κατά 147%, που οφείλεται κυρίως στη διεύρυνση της πελατειακής της βάσης και στην κατάλληλη εμπορική της πολιτική.

Όσον αφορά τα καθαρά αποτελέσματα χρήσεως προ φόρων, η Cosmote παρουσίασε για πρώτη φορά κέρδη στη χρήση 1999 κατά 32.045 χιλ. ευρώ, ενώ στην τριετία 1999-2001 η συνολική αύξηση ανήλθε σε ποσοστό 617,5%.

Συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών της Cosmote ανήλθε για τη χρήση 2001 σε 848,695 χιλ. ευρώ έναντι 595.059 χιλ. ευρώ το 2000, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 43%, κυρίως λόγω της αύξησης των συνδρομητών της.

Τα κέρδη προ φόρων της εταιρείας υπερδιπλασιάστηκαν τη χρήση 2001 και ανήλθαν σε 229.936 χιλ. ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 144%

συγκριτικά με τη χρήση 2000. Αυτό οφείλεται κυρίως στην επίτευξη οικονομικών κλίμακας από την ανάπτυξη της δραστηριότητας της εταιρείας και στη συγκράτηση των γενικών της εξόδων. Αντίστοιχα, τα περιθώρια κέρδους προ φόρων παρουσίασαν σημαντική αύξηση και διαμορφώθηκαν σε 27% για τη χρήση 2001, έναντι 16% για το 2000.

- Η Vodafone

Η Vodafone παρουσίασε μια σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών της στην τετραετία 1998-2001 κατά 38,3%.

Η εταιρεία για την ίδια τετραετία εμφάνισε συνολική αύξηση των καθαρών οικονομικών της αποτελεσμάτων κατά 15,6%, ενώ για την τριετία 1999-2001 παρουσίασε μια μείωση των καθαρών της αποτελεσμάτων κατά 1,6%.

Συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών της Vodafone ανήλθε για τη δωδεκάμηνη χρήση που έληξε στις 31/12/02 σε 977.039 χιλ. ευρώ, έναντι 836.456 για τη δωδεκάμηνη χρήση που έληξε στις 31/3/01, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 16,8%. Ένα σημαντικό γεγονός που σηματοδότησε το οικονομικό έτος Απριλίου 2001-Μαρτίου 2002 ήταν η αλλαγή του εμπορικού σήματος της εταιρείας από Panafon σε Vodafone με την παράλληλη υιοθέτηση της συνολικής εμπορικής ταυτότητας του Ομίλου Vodafone, η οποία οδήγησε σε υψηλά επίπεδα αναγνωρισιμότητας το σήμα Vodafone στην Ελληνική αγορά.

Τα κέρδη προ φόρων της Vodafone για τη χρήση που έληξε στις 31/3/02 ανήλθαν σε 254.590 χιλ. ευρώ, παρουσιάζοντας μείωση της τάξεως του 0,7% συγκριτικά με τη χρήση που έληξε στις 31/3/01. Αυτό οφείλεται στη σημαντική αύξηση των αποσβέσεων καθώς και στα αυξημένα έξοδα διοικητικής λειτουργίας λόγω των συγχωνεύσεων που πραγματοποίησε. Αντίστοιχα, τα περιθώρια καθαρού κέρδους παρουσίασαν μείωση και διαμορφώθηκαν σε 26% για τη χρήση που έληξε στις 31/3/02, έναντι 31% για την προηγούμενη χρήση.

- Η Telestet

Η Telestet παρουσίασε κι αυτή μία σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών της στην τετραετία 1998-2001 κατά 50,6%.

Η εταιρεία για την ίδια χρονική περίοδο εμφάνισε μία συνολική αύξηση των οικονομικών της αποτελεσμάτων κατά 97,9%.

Συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών της Telestet ανήλθε για τη χρήση 2001 σε 523.757 χιλ. ευρώ, έναντι 519.895 χιλ. ευρώ το 2000, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 0,74%. Οι κύριοι παράγοντες που οδήγησαν στην αύξηση αυτή είναι τα υψηλότερα έσοδα από τις εξερχόμενες κλήσεις, από την περιαγωγή, καθώς και από την ανάπτυξη της πελατειακής βάσης της εταιρείας.

Τα κέρδη προ φόρων της εταιρείας ανήλθαν σε 71.082 χιλ. ευρώ τη χρήση 2001, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 36% συγκριτικά με τη χρήση 2000. Αυτό οφείλεται κυρίως στη μείωση του κόστους των πωληθέντων κατά 1,9% το έτος 2001 καθώς και στη μείωση των χρηματοοικονομικών της εξόδων κατά 20,3% το έτος 2001, κυρίως λόγω χαμηλότερων επιτοκίων σε ευρώ από δάνεια. Αντίστοιχα, τα περιθώρια καθαρού κέρδους προ φόρων παρουσίασαν

σημαντική αύξηση και διαμορφώθηκαν σε 13,6% για τη χρήση 2001, έναντι 10% για το 2000.⁹

Η ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας δείχνει ότι παρουσιάζει ακόμη σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης και με προσεκτικότερους εμπορικούς σχεδιασμούς οι θετικές οικονομικές επιδόσεις θα συνεχιστούν.

Τα χαρακτηριστικά τα οποία, κατά κύριο λόγο, δημιούργησαν την άνοδο αφορούν την αύξηση της διάρκειας του μέσου χρόνου ομιλίας και της χρήσης των νέων υπηρεσιών που προσφέρουν οι εταιρείες.¹⁰

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Εφημ. Ημερησία, Net Business, 13-14 Ιουλίου 2002, Τεύχος 79, σελ. 9
2. Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2001, σελ. 33
3. Εφημ. Ημερησία, ο.π. σελ.7
4. Vodafone, Cosmote, Telestet, Επεξεργασία στοιχείων ετήσιων Απολογισμών ετών 1998-2001
5. Εφημ. Ημερησία, ο.π. σελ.7
6. Περιοδικό Κινητά Νέα, Ιούλιος-Αύγουστος 2002, σελ. 38
7. Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία, Ιούνιος 2002, σελ. 161
8. Εφημ. Ημερησία, ο.π. σελ. 9
9. Vodafone, Cosmote, Telestet, ο.π.
10. Γ. Χαλαβαζής, Εφημ. Ημερησία, New Business, 7-8 Σεπτεμβρίου 2002, Τεύχος 87, σελ. 8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ-ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΙΝΗΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

9.1 Γενικά

Στη σύγχρονη εποχή, το κινητό τηλέφωνο γίνεται πιο απαραίτητο από ποτέ και ενσωματώνεται πλήρως στον τρόπο ζωής του χρήστη σαν ένα σημαντικό εργαλείο που επεκτείνει τις βασικές του ανάγκες.¹

Η ελληνική αγορά είναι έτοιμη, ώστε να δεχτεί νέες υπηρεσίες και εφαρμογές. Η ανάπτυξη νέων εφαρμογών σε συνδυασμό με τις εξελίξεις στις ίδιες τις συσκευές θα δώσουν νέα πνοή στην αγορά.

Όλες οι προβλέψεις για τις υπηρεσίες που θα μονοπωλήσουν το ενδιαφέρον θέτουν στο επίκεντρό τους το MMS (Multimedia Messaging Service). Οι κατασκευάστριες εταιρείες έχουν αρχίσει σταδιακά να εξοπλίζουν τα δίκτυά τους, ώστε να είναι σε θέση να υποστηρίξουν τις αλλαγές που συνεπάγεται το MMS. Με τη νέα αυτή εφαρμογή ξεπερνιέται ο περιορισμός των 160 χαρακτήρων που είχε το SMS. Τώρα, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να αποστέλλουν κείμενο, εικόνα, ήχο και video από κινητό σε κινητό, με μικρούς περιορισμούς και με σχετικά γρήγορες ταχύτητες.²

9.2 Κινητά Τρίτης Γενιάς (UMTS)

Τον τελευταίο καιρό όλο και περισσότερο γίνεται λόγος για τις προηγμένες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας που αναμένεται να εμφανιστούν με τα κινητά τρίτης γενιάς. Πρόκειται για τις υπηρεσίες που κατά κοινή ομολογία αναμένεται να διαμορφώσουν ένα τοπίο στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας βελτιώνοντας τη ζωή των συνδρομητών, βοηθώντας άτομα, επιχειρήσεις και κοινότητες να επιτύχουν μεγαλύτερου βαθμού επικοινωνία σε έναν κόσμο που βρίσκεται διαρκώς σε κίνηση.³

9.2.1 Καθυστέρηση στην εισαγωγή του UMTS

Η έλευση και η σταδιακή επικράτηση των δικτύων τρίτης γενιάς ώθησε σε υπέρογκες επενδύσεις τους ευρωπαϊκούς φορείς κινητής τηλεφωνίας. Τα ποσά που έχουν επενδυθεί για την εξασφάλιση των αδειών 3G δικτύων είναι υπέρογκα και υπολογίζονται στα 125 δισ. ευρώ.

Μέσα λοιπόν σ' αυτό το επιχειρηματικό περιβάλλον η πίεση που ασκείται στις εταιρείες, λόγω των υψηλών κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί, είναι μεγάλη και σαφώς δημιουργεί έντονη νευρικότητα στην αγορά. Λόγω μάλιστα αυτής της κατάστασης περιρρέουσα είναι στην Ευρώπη η αίσθηση ότι το μέλλον του UMTS ίσως και να μη διαγραφεί εντέλει τόσο ευοίωνο όσο προβλεπόταν, κυρίως διότι οι εταιρείες προκειμένου να έχουν αποδόσεις θα έχουν και αυξημένες τιμές για τις συνδέσεις που θα παρέχουν. Καθοριστικότερος παράγοντας για την εμπορική επιτυχία του UMTS θεωρείται η τιμολογιακή πολιτική.⁴

Όμως, η υλοποίηση των κινητών τρίτης γενιάς καθυστέρησε, λόγω της εμφάνισης μεγάλων εμποδίων. Η καθυστέρηση στη μετεξέλιξη της τεχνολογίας 3G από σχεδιασμό σε πραγματικότητα οφείλεται σε δύο βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες. Αφενός, είναι το υψηλό κόστος για την κατασκευή των δικτύων τρίτης γενιάς, το οποίο δυσκολεύθηκαν να επωμιστούν οι τηλεπικοινωνιακές εταιρείες, οι οποίες είχαν, ήδη, διογκώσει το χρέος τους, προκειμένου να αποκτήσουν τις άδειες 3G.

Αφετέρου, είναι και η καθυστέρηση από πλευράς των κατασκευαστών τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού στην ανάπτυξη των συσκευών κινητής τηλεφωνίας, οι οποίες θα επιτρέπουν την πρόσβαση στα δίκτυα 3G και θα υποστηρίζουν όλες τις εφαρμογές του ασύρματου Internet.

Όμως, τα δύο αυτά προβλήματα οδεύουν προς επίλυση. Η κατασκευή των δικτύων της τρίτης γενιάς προχωρεί με γοργούς ρυθμούς. Την ίδια στιγμή, οι κατασκευαστές κινητών τηλεφώνων έχουν αναπτύξει τις συσκευές της επόμενης γενιάς, αλλά και αυτές οι οποίες υποστηρίζουν, παράλληλα, τις τεχνολογίες 2G και 3G.⁵

9.2.2 Παρεχόμενες Υπηρεσίες των UMTS

Το Παγκόσμιο Σύστημα Κυτταρικών Κινητών Επικοινωνιών (UMTS), ανήκει στα συστήματα κινητών επικοινωνιών της τρίτης γενιάς. Ο πρωταρχικός στόχος είναι να ικανοποιήσει τις ανάγκες για αναβαθμισμένες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες ενός μεγάλου αριθμού χρηστών οι οποίοι εργάζονται σε διαφορετικά υλικά και λογισμικά περιβάλλοντα. Στην περίπτωση αυτή, οι διάφορες επικοινωνιακές υπηρεσίες (π.χ. τηλε-ειδοποίηση, ασύρματη τηλεφωνία, κ.λ.π), οι οποίες στην φάση αυτή παρέχονται από διαφορετικά συστήματα, πρόκειται να ολοκληρωθούν σε ένα και μοναδικό τηλεπικοινωνιακό σύστημα, το οποίο θα φέρει την ονομασία UMTS.⁶

Το σημείο στο οποίο κυρίως διαφοροποιείται το 3G από το 2G είναι η ταχύτητα μετάδοσης των δεδομένων, που επιτρέπει την παροχή μιας σειράς νέων υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, στα δίκτυα GSM (αλλά και στα υπόλοιπα δίκτυα δεύτερης γενιάς) η ταχύτητα μετάδοσης των δεδομένων φθάνει μόλις 9,6 Kbps. Με τα δίκτυα 2,5G, δηλαδή το GPRS, η ταχύτητα αυξάνεται περίπου στα 56 Kbps.

Στην τρίτη γενιά, όμως, η κατάσταση είναι διαφορετική, δεδομένου ότι η ταχύτητα ξεκινά από τα 144 Kbps (πρόκειται για το κατώτατο όριο που έχει ορίσει η Διεθνής Ένωση Τηλεπικοινωνιών ώστε να χαρακτηρίσει κάποιο δίκτυο ως 3G) και θεωρητικά μπορεί να ανέλθει μέχρι τα 2 Mbps.

Μέσω των δικτύων της τρίτης γενιάς και με την υποστήριξη των ανάλογων συσκευών, κάθε χρήστης θα μπορεί, μέσω του κινητού τηλεφώνου του, να έχει πρόσβαση στο Internet, να διαχειρίζεται την ηλεκτρονική αλληλογραφία του και να ανταλλάσσει ηχητικό, γραπτό και οπτικό περιεχόμενο με συνεργάτες και φίλους του, να παίζει διαδικτυακά παιχνίδια και να απολαμβάνει δεκάδες ακόμη εφαρμογές και υπηρεσίες, οι οποίες μέχρι σήμερα είναι διαθέσιμες μόνο στους καταναλωτές φορητών ή προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών.⁷

Οι κύριες νέες προηγμένες υπηρεσίες που αναμένεται να παρέχονται από τα δίκτυα κινητών επικοινωνιών 3^{ης} γενιάς είναι:

- Πολυμέσα
- Εμπορικές δοσοληψίες μέσω κινητών επικοινωνιών

- Ενοποιημένη μετάδοση μηνυμάτων
- Μετάδοση φωνής μέσω πρωτοκόλλου διαδικτύου
- Αλληλεπιδραστική ευρυεκπομπή
- Αναγνώριση θέσεως
- Υπηρεσίες με βάση τη γεωγραφική θέση
- Εκπαίδευση και πληροφόρηση μέσω δικτύου
- Κινητή τηλε-εργασία (προέκταση του εργασιακού χώρου)
- Διάγνωση υγείας και παροχή βοήθειας
- Απομακρυσμένες βιομηχανικές υπηρεσίες ⁸

Ένας από τους βασικούς στόχους στην ανάπτυξη του 3G είναι η δημιουργία του “Εικονικού Οικιακού Περιβάλλοντος” όπου οι χρήστες έχουν πρόσβαση στην ίδια παλέτα προσωπικών υπηρεσιών τόσο στο σπίτι όσο και στο γραφείο, ή εν κινήσει. Υπηρεσίες χρέωσης και έκδοσης λογαριασμού, μπορούν επίσης να συνδυασθούν. Αυτές οι προσωπικές υπηρεσίες μπορούν να είναι διαθέσιμες σε σταθερή βάση ακόμα και στο εξωτερικό μέσω roaming.⁹

Για την Ελλάδα είναι σημαντική η προσφορά υψηλής ποιότητας κινητών υπηρεσιών τρίτης γενιάς όσο το δυνατό γρηγορότερα, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το 2004 θα πραγματοποιηθούν στην Αθήνα οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να δώσουν στους νέους παρόχους δικτύων τρίτης γενιάς ένα “εντυπωσιακό ξεκίνημα” όσον αφορά πελάτες και έσοδα.

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα ιδιαίτερα υψηλά για τους παρόχους κινητών υπηρεσιών είναι τα έσοδα από τη διεθνή περιαγωγή, καθώς ο αριθμός των τουριστών, που επισκέπτονται κάθε χρόνο τη χώρα, ανέρχεται περίπου στα 10 εκατομμύρια. Ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί ακόμη περισσότερο κατά την περίοδο τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων, οπότε αντίστοιχα θα αυξηθούν για τους παρόχους κινητών υπηρεσιών δεύτερης και τρίτης γενιάς και τα έσοδα από την διεθνή περιαγωγή.¹⁰

9.3 Προοπτικές των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας

Η ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας έχει σημαντικά περιθώρια ανόδου, αφού η πραγματική διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα υπολείπεται του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Παράλληλα, η χρήση του κινητού τηλεφώνου στην Ελλάδα υπολείπεται σημαντικά του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Αυτή τη στιγμή ο Έλληνας χρησιμοποιεί το κινητό του από 65 έως 85 λεπτά το μήνα σε σχέση με τα 130 λεπτά το μήνα που το χρησιμοποιεί ένας Ευρωπαίος. Αυτό σημαίνει ότι οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας μπορούν να αυξήσουν τα έσοδά τους από τη χρήση κινητού μέχρι 50% από τα σημερινά επίπεδα τα επόμενα χρόνια. Για να γίνει όμως αυτό, θα πρέπει να αυξηθεί η αγοραστική δύναμη του Έλληνα καταναλωτή και να προσεγγίσει την αγοραστική δύναμη που έχει ένας Ευρωπαίος. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 2001 ο Έλληνας ξόδεψε κατά μέσο όρο περίπου 298 ευρώ για τους λογαριασμούς του κινητού του, όταν ο μέσος Ευρωπαίος ξόδεψε για το ίδιο χρονικό διάστημα 349 ευρώ.

Όσον αφορά τα έσοδα από υπηρεσίες δεδομένων και μηνυμάτων στις ελληνικές εταιρείες, αυτά έφτασαν το 12% του συνόλου των εσόδων τους, παρουσιάζοντας αυξητική τάση. Τα μηνύματα SMS ανά συνδρομητή το μήνα είναι κατά μέσο όρο 40, στα ίδια επίπεδα με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Αυτή τη στιγμή τα έσοδα από υπηρεσίες περιαγωγής φτάνουν το 3% με 6% του συνολικού τζίρου των ελληνικών εταιρειών κινητής τηλεφωνίας. Όμως θα αυξηθούν κατακόρυφα τα έσοδα των εταιρειών από τις υπηρεσίες περιαγωγής εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια του 2001 υπήρχαν τα υψηλότερα τέλη κλήσεων από σταθερό σε κινητό τηλέφωνο. Ωστόσο, πρόσφατα ο ΟΤΕ μείωσε τα τέλη αυτά, χωρίς όμως να προσεγγίσουν τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.¹¹

Σταδιακά, αρχίζει να καθίσταται σαφές ότι οι υπηρεσίες επικοινωνιών προς επιχειρήσεις θα αποτελέσουν το νέο πεδίο ανταγωνισμού, καθώς οι διαδικτυακές υπηρεσίες έχουν σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους σε σχέση με τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας.

Οι τρεις εταιρείες κινητής τηλεφωνίας έχουν, ήδη, αξιόλογη παρουσία στις υπηρεσίες επιχειρήσεων. Με την αναμενόμενη διεύρυνση των δραστηριοτήτων τους στο χώρο αυτόν, ενεργοποιώντας πλήρως τις άδειες τις οποίες κατέχουν, αναμένεται να αυξήσουν σημαντικά τα έσοδά τους από την περιοχή αυτή από το 2003 και μετά.¹²

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Δημ. Τσιούφος, Λ. Καλαμαρά, Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, 29-30 Ιουνίου 2002, σελ. 12
2. Περιοδικό Arena, Σεπτέμβριος 2002 σελ.10
3. Δημ. Μιχόπουλος, Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, ο.π., σελ. 15
4. Περιοδικό Arena, ο.π. σελ. 11
5. Δ. Μαλλάς, Εφημ. Ημερησία, New Business, 14-15 Σεπτεμβρίου 2002, Τεύχος 88, σελ. 7

6. Κωτσόπουλος, Καραγιαννίδης, Κινητή Τηλεφωνία, Παπασωτηρίου, Αθήνα 1997, σελ. 363
7. Δ. Μαλλάς, Εφημ. Ημερησία, New Business, ο.π. σελ. 8
8. Ευαγγελία Λαμπάκου, Περιοδικό Κινητά Νέα, Απρίλιος 2001, σελ. 47
9. ΕΕΤΤ, Διαδικασία Χορήγησης Αδειών για παροχή Κινητών Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών 3^{ης} (UMTS) και 2^{ης} (GSM/DCS) Γενιάς, Μαρούσι, Μάιος 2001, σελ. 6
10. ΕΕΤΤ, Απονομή Φάσματος Ραδιοσυχνοτήτων στις Ζώνες Κινητών Επικοινωνιών 2^{ης} και 3^{ης} Γενιάς στην Ελλάδα, Μαρούσι, 23 Φεβρουαρίου 2001, σελ. 15
11. Γεώργιος Παπασταφίδης, Εφημ. Σύμβουλος, 3 Ιουλίου 2002, σελ. 12
12. Γ. Χαλαβαζής, Εφημ. Ημερησία, New Business 7-8 Σεπτεμβρίου 2002, Τεύχος 87, σελ. 8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το κύριο χαρακτηριστικό της αγοράς των τηλεπικοινωνιών και ιδιαίτερα της κινητής τηλεφωνίας είναι οι ραγδαίες αλλαγές. Οι τηλεπικοινωνίες διεθνώς αποτελούν έναν από τους αναπτυσσόμενους κλάδους της οικονομίας και αυτό φαίνεται και από την κυρίαρχη θέση των εταιρειών οι οποίες δραστηριοποιούνται στο χώρο. Το μέλλον της κινητής τηλεφωνίας και των τηλεπικοινωνιών γενικότερα, καθορίζεται σε σημαντικό βαθμό από τις τεχνολογικές εξελίξεις, οι οποίες ουσιαστικά έρχονται να υπηρετήσουν τη σύγκλιση των υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών και διαδικτύου.

Ωστόσο, η τελευταία διετία χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα δύσκολη για τις εταιρείες τηλεπικοινωνιών και Ίντερνετ, είτε πρόκειται για δημιουργούς υπηρεσιών είτε για κατασκευαστές τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού και υποδομών. Οι λόγοι για

την άσχημη πορεία του κλάδου των τηλεπικοινωνιών είναι πολλοί, με βασικότερους την διαρκή χρηματιστηριακή κρίση, που επηρέασε σε σημαντικό βαθμό τις τηλεπικοινωνίες, τη μείωση του ρυθμού ανάπτυξης των δικτύων κινητής τηλεφωνίας και τις μεγάλες καθυστερήσεις στην υλοποίηση εφαρμογών στα δίκτυα τρίτης γενιάς στην κινητή τηλεφωνία.

Οι απώλειες που έχουν δεχθεί οι μετοχές των τηλεπικοινωνιακών εταιρειών την τελευταία διετία φαίνεται ότι είναι πολύ δύσκολο να αντιμετωπισθούν και οι επιχειρήσεις του κλάδου, ιδίως οι πιο μεγάλες από αυτές, βρίσκονται σε αμυντική θέση προσπαθώντας να καλύψουν τα τεράστια κενά από χρηματιστηριακές απώλειες και επενδύσεις που δεν απέδωσαν.

Οι μεγάλες απώλειες εντοπίζονται κυρίως στην πανάκριβη, όπως αποδείχθηκε, απόκτηση των αδειών τρίτης γενιάς. Όλες αυτές οι παράμετροι οδήγησαν τους περισσότερους ανταγωνιστές να καθυστερήσουν όσο μπορούν την εμπορική λειτουργία των δικτύων τρίτης γενιάς, καθώς οι καταναλωτές δεν ήταν ιδιαίτερα πρόθυμοι για την πληρωμή αυτών των υπηρεσιών. Η καθυστέρηση στην ενεργοποίηση των νέων αγορών για τις υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών επηρεάζει σημαντικά την πορεία του κλάδου αλλά και των εταιρειών τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού.

Οι υπηρεσίες φαίνεται ότι αποτελούν το πιο ισχυρό χαρτί στα χέρια των ανθρώπων των τηλεπικοινωνιών απέναντι στην κρίση που πλήττει το χώρο σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Κρίση που στην Ελλάδα δεν έχει ακόμη την ίδια ένταση κυρίως λόγω της καθυστέρησης της ανάπτυξης των απαραίτητων υποδομών.

Η εξέλιξη των συσκευών συντελεί στην εξάπλωση των υπηρεσιών και το πέρασμα από τη φωνή στα δεδομένα και στην αντικατάσταση των κινητών τηλεφώνων από συσκευές πολυμέσων. Από το SMS messaging με 160 χαρακτήρες το 1990 φτάσαμε στο MMS (multimedia messaging) το 2002, μηνύματα εμπλουτισμένα με εικόνα, ήχο, video (ανταλλαγή περιεχομένου από Η/Υ σε κινητό και αργότερα οπτική επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο). Η εξέλιξη από τις χαμηλές ταχύτητες (9,6 Kbps) και τα SMS σε υψηλότερες ταχύτητες (196 Kbps, 384 Kbps) και στα MMS, web browsing, σε ακόμη μεγαλύτερες ταχύτητες (2 Mbps) και στο περιεχόμενο ψυχαγωγίας και video καταδεικνύει ότι η προσφορά υπηρεσιών αποτελεί αδιάλειπτη πρόκληση για τους παρόχους.

Στην Ελλάδα αναμένονται σύντομα σημαντικές εξελίξεις στην αγορά κινητής τηλεφωνίας, τόσο εξαιτίας της εισόδου της Q-Telecom (ως τέταρτης εταιρείας στην αγορά), όσο και λόγω των κινήσεων που κάνουν οι εταιρείες του χώρου προς την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας. Τα οικονομικά μεγέθη των τριών εταιρειών κινητής τηλεφωνίας που λειτουργούν στη χώρα μας σημείωσαν θεαματική αύξηση κατά τα δύο τελευταία χρόνια.

Στο τέλος του α' τριμήνου του 2002 (31/3/2002) οι συνολικοί πελάτες κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα ανήλθαν σε 8,24 εκατομμύρια (βαθμός διείσδυσης 75,6% περίπου). Μέχρι το 2004 η διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας θα έχει ξεπεράσει το 80%. Τον μεγαλύτερο ρυθμό αύξησης παρουσιάζει η καρτοκινητή τηλεφωνία.

Βεβαίως, σημαντικό πρόβλημα παραμένει το γεγονός ότι η χώρα μας εξακολουθεί να παρουσιάζει ιδιαίτερα υψηλό κόστος χρήσης της κινητής τηλεφωνίας. Σύμφωνα με επίσημα στατιστικά στοιχεία, η Ελλάδα και η Πορτογαλία είναι οι χώρες με την υψηλότερη χρέωση από σταθερό σε κινητό τηλέφωνο.

Οι ξένοι αναλυτές εκτιμούν ότι η τρίτη γενιά κινητής τηλεφωνίας θα επιβιώσει στην ελληνική αγορά, ακόμη και με τα δυσμενέστερα σενάρια για το μέλλον, καθώς οι Έλληνες καταναλωτές εμφανίζονται περισσότεροι έτοιμοι από κάθε άλλον να υιοθετήσουν τη νέα τεχνολογία.

Οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας στηρίζουν πολλά στην αποδοχή των νέων υπηρεσιών από το καταναλωτικό κοινό, γι' αυτό άλλωστε επενδύουν πολύ σημαντικά ποσά για την έρευνα και ανάπτυξή τους.

Στη χώρα μας οι Έλληνες καταναλωτές όσο πλησιάζουμε προς το 2004, οπότε υπάρχει η μεγάλη πρόκληση της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων, θα γίνουν αποδέκτες αυτών των υπηρεσιών και θα έχουν την ευκαιρία να εκμεταλλευτούν τα πλεονεκτήματα που τους παρέχουν. Όλα αυτά θα γίνουν όμως υπό την προϋπόθεση της υλοποίησης των επενδυτικών προγραμμάτων που έχουν σχεδιάσει τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας σχετικά με την τρίτη γενιά.

Συγκεκριμένα, οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας έχουν λάβει έναντι περισσότερων από 150 εκατομμυρίων ευρώ η καθεμία άδειες για την ανάπτυξη δικτύων τρίτης γενιάς για την υλοποίηση των οποίων είναι απαραίτητο να εγκατασταθούν περισσότεροι σταθμοί βάσης απ' αυτούς που λειτουργούν σήμερα προκειμένου να επιτευχθούν η απαραίτητη αναβάθμιση και η ενδυνάμωση των δικτύων των εταιρειών.

Ο δρόμος για την επιτυχία της νέας γενιάς τηλεπικοινωνιών και των υπηρεσιών της περνά πλέον στους καταναλωτές, στους οποίους απευθύνεται και εξαρτάται από τον τρόπο που θα την αξιοποιήσουν και θα τη διαχειριστούν. Η τεχνολογία έχει ήδη εξελιχθεί, υπάρχει διαθέσιμη σε προϊόντα και λύσεις και είναι έτοιμη να διατεθεί στην αγορά, αλλάζοντας τα μέχρι τώρα δεδομένα και την εντύπωση περί κινητής τηλεφωνίας.

Το νέο ρεύμα που κυριαρχεί στην αγορά είναι κινητή επικοινωνία με κάθε μέσο και η παροχή μελετημένων, συγκροτημένων και εύκολων στη χρήση υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες είναι εξάλλου το νέο πεδίο ανταγωνισμού της αγοράς των τηλεπικοινωνιών.

Η αγορά κινητής τηλεφωνίας έχει ακόμη μεγάλες προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη. Υπολογίζεται ότι ο αριθμός των συνδρομητών της κινητής επικοινωνίας όχι απλώς θα διπλασιαστεί, αλλά θα φθάσει τα δύο δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως μέχρι το 2005.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Γεωργόπουλος Ιωάν., Κινητή Τηλεφωνία Ξηράς, Αθήνα, Δεκέμβριος 1995
2. ΕΕΤΤ, Απονομή Φάσματος Ραδιοσυχνοτήτων στις Ζώνες Κινητών Επικοινωνιών 2^{ης} και 3^{ης} Γενιάς στην Ελλάδα, Μαρούσι, 23 Φεβρουαρίου 2001
3. ΕΕΤΤ, Διαδικασία Χορήγησης Αδειών για παροχή Κινητών Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών 3^{ης} και 2^{ης} Γενιάς, Μαρούσι, Μάιος 2001
4. Ελληνικό Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών & Ερευνών (ΕΚΕΜΕ), Κοινοτικές και Εθνικές Ρυθμίσεις στον Τομέα των Τηλεπικοινωνιών, Εξελίξεις και προοπτικές, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα - Κομοτηνή, 1998
5. Καλμαντής Χρ., Εφημ. Εξπρές, Τηλεπικοινωνίες Κινητή Τηλεφωνία, Έτος 39^ο, Απρίλιος 2001
6. Καρακώστας Ι., Το δίκαιο των Μ.Μ.Ε., Εκδόσεις Σάκκουλα, 1998, σελ. 47
7. Κιτσάτη Χ., Περιοδικό Κινητή Τηλεφωνία & Τηλεπικοινωνίες, Μάρτιος 2001, Τεύχος 51
8. Κωτσόπουλος, Καραγιαννίδης, Κινητή Τηλεφωνία, Παπασωτηρίου, Αθήνα, 1997
9. Λαμπάκου Ευαγγ., Περιοδικό Κινητά Νέα, Απρίλιος 2001
10. Μαλλάς Δημ., Εφημ. Ημερησία, Net Business, 20-21 Απριλίου 2002, Τεύχος 67
11. Μιχόπουλος Δημ., Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, 29-30 Ιουνίου 2002
12. Νιάρχος Ν., Χρημ/κή Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα-Πειραιάς 1996
13. Παπασταφίδης Γεώργ., Εφημ. Σύμβουλος, 3 Ιουλίου 2002

14. Σιάσος Βασ., Εφημ. Εξπρές, Τηλεπικοινωνίες Κινητή Τηλεφωνία, Έτος 39°, Απρίλιος 2001
15. Τσιούφος Δημ., Καλαμαρά Λ., Εφημ. Επενδυτής, Τηλεπικοινωνίες, 29-30 Ιουνίου 2002
16. Χαλαβαζής Γ., Εφημ. Ημερησία, New Business, 7-8 Σεπτεμβρίου 2002, Τεύχος 87
17. Cosmote, Έκθεση Πεπραγμένων 1999, Αθήνα, Σεπτέμβριος 2000
18. Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2000
19. Cosmote, Ετήσιο Δελτίο Χρήσης 2001
20. Panafon, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 1999 – Μάρτιος 2000,
21. Panafon-Vodafone, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2000 – Μάρτιος 2001
22. Vodafone-Panafon, Ετήσιος Απολογισμός Απρίλιος 2001 – Μάρτιος 2002

ΑΓΓΛΙΚΗ

1. Gallagher, Snyder, Mobile Telecommunications Networking with IS-41, Mc Graw-Hill, 1997
2. Harte, Levine, Livingston, GSM Surephones, Mc Graw-Hill, 1999
3. Scourias John, Overview of the Global System for Mobile Communications, <http://ccnqa.uwaterloo.ca/~jscouria/GSM/gsmreport.html>
4. Telestet, Annual Report 1999, Μαρούσι, 2000
5. Telestet, Annual Report 2000, Μαρούσι, 2001
6. Telestet, Annual Report 2001, Μαρούσι, 2002

Internet

- www.cosmote.gr, COSMONEA, Προϊόντα και Υπηρεσίες
- www.cosmote.gr/diktio.htm, Δίκτυο GSM 1800
- www.techlab.gr/technol/coms/cellular_europe.htm, Ο Ευρωπαϊκός Οδοστρωτήρας GSM
- www.telestet.gr
- www.vodafone.gr