



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

(πρώην Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μεσολόγγι)

Συνδρομητική τηλεόραση



Βαρελτζής Παράσχος ΑΜ: 14225

Κικιαντώνης Γεώργιος ΑΜ: 14351

Επιβλέπων καθηγητής: Βάσιος Ηλίας

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2020

Πρόλογος

Η τηλεόραση λειτούργησε για πρώτη φορά τη δεκαετία του 1960 με την δημιουργία δυο τηλεοπτικών σταθμών, ένα δημόσιο και ένα σταθμό των Ενόπλων Δυνάμεων. Οι ιδιωτικοί σταθμοί στην ελληνική τηλεόραση ξεκίνησαν την λειτουργία τους το 1989. Σημειώνεται ότι η μετάβαση στη ψηφιακή τηλεόραση πραγματοποιήθηκε το 2012 μέσω της εταιρείας Digea A.E. Σήμερα, ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης παρέχει τη δυνατότητα για θέαση επιπλέον τηλεοπτικών σταθμών. Η πρώτη πλατφόρμα συνδρομητικής τηλεόρασης ήταν η Filmnet, ενώ άλλες γνωστές πλατφόρμες είναι η NOVA, η Wind, η Vodafone TV και το Netflix.

Οι πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν και αναπτύσσονται μέσα σε ένα σύνθετο, εμπορικό, οικονομικό, πολιτικό, τεχνολογικό, ηθικό και κοινωνικό κόσμο. Κατά την διάρκεια της καραντίνας λόγω πανδημίας, σημειώθηκε αύξηση των εσόδων τους. Ταυτόχρονα, η Ελλάδα διατηρεί την τρίτη υψηλότερη επίδοση στις ώρες τηλεθέασης ανά ημέρα. Σημειώνεται ότι οι πλατφόρμες αυτές ετοιμάζουν επιθετικές στρατηγικές προώθησης συνδυαστικών υπηρεσιών προκειμένου να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό.

Περίληψη

Η μελέτη αυτή αφορά την ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα. Παρατίθεται η ιστορική αναδρομή της εξέλιξης της τηλεόρασης, επισημαίνοντας την λειτουργία δυο κρατικών τηλεοπτικών σταθμών με τακτικό πρόγραμμα το 1966, την λειτουργία, σήμερα, έξι αδειοδοτημένων ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών και τη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή το 2012 με την αναβάθμιση της ποιότητας της. Ακόμη, η συνδρομητική τηλεόραση αποτελεί την τελευταία εξέλιξη της τηλεόρασης προσφέροντας επιπλέον δυνατότητες για ενημέρωση και ψυχαγωγία και εφαρμόζοντας ανταγωνιστικές στρατηγικές που επηρεάζονται από το εσωτερικό και εξωτερικό τους περιβάλλον (π.χ. καραντίνα λόγω πανδημίας). Αξίζει να σημειωθεί ότι με βάση τα στατιστικά στοιχεία, το 2019 μειώθηκαν οι συνδρομητές της NOVA, αλλά αυξήθηκαν οι συνδρομητές χονδρικής σε Ελλάδα και Κύπρο, η OTE TV αυξάνει σταθερά τους συνδρομητές της από το 2017 μέχρι και το πρώτο τρίμηνο του 2020, ενώ οι συνδρομητές του NETFLIX αυξάνονται ραγδαία (183 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως). Τέλος, διαπιστώνονται ευοίωνες προοπτικές για ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης, στην Ελλάδα, καθώς λόγω της κρίσης, η παραδοσιακή τηλεόραση δεν διαθέτει πια τους οικονομικούς πόρους για να εξασφαλίσει δυνατά προγράμματα.

Λέξεις-Κλειδιά: Τηλεόραση, συνδρομητές, στατιστική, εξέλιξη, προοπτικές.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.....	2
1.1 Η ιστορία της τηλεόρασης στην Ελλάδα	2
1.2 Η ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα	3
1.3 Η συνδρομητική τηλεόραση στην Ελλάδα	5
1.4 Πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.....	5
1.5 Προφίλ πελατών της συνδρομητικής τηλεόρασης.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Μακροοικονομική ανάλυση του κλάδου της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.	10
2.1 Το περιβάλλον των επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης	10
2.2 Ανάλυση πολιτικής διάσταση	12
2.3 Ανάλυση οικονομικής διάστασης	15
2.4 Ανάλυση κοινωνικοπολιτικής διάστασης	16
2.5 Ανάλυση τεχνολογικής διάστασης.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Στατιστικά στοιχεία επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα	21
3.1 Στατιστικά στοιχεία συνδρομητών.....	21
3.2 Οικονομικά στατιστικά στοιχεία.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Προοπτικές της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα	27
4.1 Οι προοπτικές της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.....	27
4.2 Το άμεσο μέλλον των επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα	28
6. Βιβλιογραφία – Πηγές	46
7. Ιστότοποι.....	48

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την εξέλιξη της τηλεόρασης στην Ελλάδα από τη δεκαετία του 1960 που εμφανίστηκε μέχρι την ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης. Την δεκαετία του 1980 λειτούργησαν τα ιδιωτικά κανάλια και ακολούθησε μια τριακονταετία με λαμπερά προγράμματα που διακόπηκε από την οικονομική κρίση. Κατά την δεκαετία του 2010 ήρθε η εποχή της εξέλιξης της παραδοσιακής τηλεόρασης στην ψηφιακή εποχή. Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια αναπτύχθηκε η συνδρομητική τηλεόραση με πιο διαδεδομένες τις πλατφόρμες NOVA, Wind, Vodafone TV και Netflix.

Όσον αφορά τη μακροοικονομική ανάλυση του κλάδου της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα, η πολιτική διάσταση αφορά την Επιτροπή Ανταγωνισμού και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), η οικονομική διάσταση αφορά τον τρόπο που επηρέασε θετικά η οικονομική κρίση την ανάπτυξη του κλάδου, προσφέροντας υψηλή ποιότητα προγραμμάτων σε χαμηλές τιμές. Ακόμη, η κοινωνικοπολιτική διάσταση επηρεάζεται από τον σύγχρονο τρόπο ζωής (έλλειψη ελεύθερου χρόνου, εξοικείωση με το Internet), ενώ η τεχνολογική εξέλιξη περιλαμβάνει τα τεχνολογικά επιτεύγματα που καθιστούν πιο προσιτούς και οικονομικούς τους τρόπους για την μετάδοση των συνδρομητικών πλατφόρμων.

Τα στατιστικά στοιχεία των τελευταίων ετών δείχνουν μια τάση αύξησης των συνδρομητών αφού προσφέρουν ταυτόχρονα ψυχαγωγία και θέαμα. Η Vodafone, ο ΟΤΕ και το Netflix εξασφαλίζουν συνεχώς περισσότερους συνδρομητές.

Οι προοπτικές για την πορεία της συνδρομητικής τηλεόρασης στην χώρα χαρακτηρίζονται θετικές, αφού ακολουθούνται ανταγωνιστικές στρατηγικές από τις πλατφόρμες με συνεργασίες (π.χ. Vodafone με HBO), ενώ φαίνεται ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά την παραδοσιακή τηλεόραση που δεν είναι ικανή πια να προσφέρει παραγωγές υψηλού επιπέδου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

1.1 Η ιστορία της τηλεόρασης στην Ελλάδα

Η λειτουργία της τηλεόρασης πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά στην Ελληνική κοινωνία το 1960. Οι πρώτες απόπειρες αφορούσαν κάποιες εκπομπές οι οποίες προβάλλονταν περιστασιακά. Το τακτικό περιεχόμενο της τηλεόρασης στην Ελλάδα, αποτέλεσε γεγονός 6 χρόνια αργότερα από την πρώτη της εμφάνιση. Το 1966 δημιουργήθηκαν οι πρώτοι δυο τηλεοπτικοί σταθμοί, όπου ο ένας ήταν δημόσιος και ο δεύτερος ήταν ο σταθμός των Ενόπλων Δυνάμεων (Γκοτζίνας, 2016).

Η πρώτη απόπειρα των ιδιωτικών σταθμών στην ελληνική τηλεόραση πραγματοποιήθηκε το έτος 1989, όπου ύστερα από την λειτουργία ιδιωτικών σταθμών ραδιοφώνου επιτράπηκαν και οι πρώτοι τηλεοπτικοί σταθμοί. Οι ιδιωτικοί σταθμοί κέρδιζαν το έδαφος στη μάχη της τηλεθέασης ολοένα και περισσότερο σε σχέση με τους δημόσιους τηλεοπτικούς σταθμούς καθώς συνεχώς αναβάθμιζαν το τηλεοπτικό τους περιεχόμενο και δεν εστίαζαν μόνο στην ενημέρωση των πολιτών. Διάφορα ψυχαγωγικά προγράμματα των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών κυριάρχησαν στον ανταγωνισμό (Γκοτζίνας, 2016).

Η κορύφωση του ανταγωνισμού στην ελληνική τηλεόραση πραγματοποιήθηκε κατά τη στιγμή όπου τα ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια έφτασαν τα 150. Παρά ταύτα ο κλάδος της ελληνικής τηλεόρασης και των τηλεοπτικών σταθμών που λειτουργούσαν στην Ελλάδα δεν μπόρεσε να σταθεί σε στέρεες βάσεις.

Η αιτία αυτής της αστάθειας του κλάδου ήταν το γεγονός πως οι τηλεοπτικοί σταθμοί δεν κατείχαν μόνιμες άδειες λειτουργίας, γεγονός που καθιστούσε τον γενικότερο κλάδο της τηλεόρασης ασταθή. Το τέλος στο άναρχο τοπίο που είχε δημιουργηθεί στην Ελληνική τηλεόραση πραγματοποιήθηκε πολύ πρόσφατά όπου σύμφωνα με τις διαδικασίες που προέβλεπε η νομοθεσία πραγματοποιήθηκε πλειοδοτικός δημόσιος διαγωνισμός για συγκεκριμένο αριθμό τηλεοπτικών αδειών. Έκτοτε, στην Ελλάδα λειτουργούν έξι ιδιωτικοί πανελλαδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί και τρεις δημόσιοι τηλεοπτικοί σταθμοί. Το περιεχόμενο των αδειοδοτημένων ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών ποικίλει κυρίως μεταξύ της ενημέρωσης και της ψυχαγωγίας, ενώ αντίθετα

οι δημόσιοι τηλεοπτικοί σταθμοί προβάλλουν κυρίως προγράμματα ενημερωτικού χαρακτήρα (Alithianews.gr, 2020).

Ωστόσο, εξακολουθούν πολλά επαρχιακά κανάλια τοπικής εμβέλειας να λειτουργούν χωρίς να διαθέτουν την απαραίτητη άδεια λειτουργίας. Αρμόδια αρχή για την διευθέτηση νομικών ζητημάτων των τηλεοπτικών σταθμών στην Ελλάδα, είναι το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (Alithianews.gr, 2020).

Η πρόσφατη οικονομική κρίση που βίωσε η ελληνική οικονομία και κοινωνία, δεν άφησε ανεπηρέαστο τον κλάδο της τηλεόρασης στη χώρα. Ως αποτέλεσμα της κρίσης, οι νέες παραγωγές προγραμμάτων μειώθηκαν σημαντικά, με αποτέλεσμα πολλοί τηλεοπτικοί σταθμοί να επιλέγουν την επανάληψη προγραμμάτων δυσανεστώντας τους τηλεθεατές. Παράλληλα, πολλά από τα τηλεοπτικά κανάλια στην Ελλάδα έχουν κατηγορηθεί και για φαινόμενα χειραγώγησης. Ειδικότερα, λόγω της έλλειψης αντικειμενικής ενημέρωσης κατηγορούνται για τη χειραγώγηση του προγράμματος που προβάλλουν από τις εκάστοτε μεταπολιτευτικές κυβερνήσεις της χώρας. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την χαμηλής ποιότητας περιεχόμενο που προβάλλουν, έχει δημιουργήσει το φαινόμενο της μαζικής αναστροφής των Ελλήνων τηλεθεατών από τα ελεύθερα τηλεοπτικά κανάλια (El.m.wikipedia.org, 2020).

1.2 Η ψηφιακή τηλεόραση στην Ελλάδα

Στο ελληνικό τηλεοπτικό τοπίο η μετάβαση στη ψηφιακή τηλεόραση πραγματοποιήθηκε το 2012. Έπειτα από πολλές δοκιμαστικές προσεγγίσεις για την ψηφιακή εποχή της τηλεόρασης στη χώρα μας, η εταιρεία Digea A.E., η οποία συστάθηκε ως νομικό πρόσωπο με τη συνεργασία των τηλεοπτικών σταθμών:

- Alpha
- Alter
- Antenna
- Makedonia Tv
- Mega
- Σκαι

- Star

ανέλαβε την προβολή των παραπάνω τηλεοπτικών σταθμών με ψηφιακό σήμα. Η αλλαγή αυτή απαιτούσε την ύπαρξη του κατάλληλου εξοπλισμού και έτσι υπήρξε μια περίοδος μετάβασης στη νέα εποχή της τηλεόρασης έως και το 2013 όπου και έπαψε οριστικά να προβάλλεται το περιεχόμενο των τηλεοπτικών σταθμών με αναλογικό σήμα. Η Ελλάδα προχώρησε στην μετάβαση της νέας εποχής στην τηλεόραση, ακολουθώντας την οδηγία της ευρωπαϊκής επιτροπής, σύμφωνα με την οποία κάθε Ευρωπαϊκή χώρα θα έπρεπε να πάψει την αναμετάδοση προγραμμάτων με αναλογικό σήμα έως το 2013 (Γεωργιλάκη, 2017).

Το χαρακτηριστικό της ψηφιακής τηλεόρασης είναι η εφαρμογή νέου τύπου κωδικοποίησης της εικόνας, η οποία θα γίνεται με δυαδική μορφή. Η κοινή γλώσσα της ψηφιακής μετάδοσης του τηλεοπτικού σήματος είναι η DVB. Η δημιουργία της γλώσσας αυτής χρονολογείται το έτος 1993, όπου η αιτία δημιουργίας της ήταν ο ορισμός ενός κοινού ψηφιακού πλαισίου μεταξύ των χωρών της Ευρώπης. Η συγκεκριμένη ψηφιακή γλώσσα όμως, κέρδισε τις εντυπώσεις και χρησιμοποιείται ευρέως ακόμα και από την Αμερική (Γεωργιλάκη, 2017).

Η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή της τηλεόρασης συνοδεύεται από πολλά και σημαντικά πλεονεκτήματα, τα οποία είναι τα εξής:

- Η διαδικασία της λήψης του σήματος της συχνότητας είναι πιο απλή σε σχέση με την διαδικασία με το αναλογικό σήμα.
- Προστασία, σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με το αναλογικό σήμα, από οποιαδήποτε παρεμβολή σήματος.
- Αύξηση ποιότητας τόσο σε εικόνα όσο και σε ήχο.
- Δυνατότητα της λήψης του σήματος από κάθε νέα τεχνολογικά εξελιγμένη συσκευή.
- Δυνατότητα χρήσης της υπηρεσία video on demand, η οποία προσφέρει τη δυνατότητα μετατροπής του τηλεθεατή σε ενεργητικό δέκτη.

Η ψηφιακή τηλεόραση λοιπόν, αναβάθμισε την ποιότητα της τηλεόρασης και την εμπειρία του τηλεθεατή. Ωστόσο, τη δυνατότητα του ψηφιακού σήματος είχαν ήδη

πολλοί τηλεθεατές στην Ελλάδα, μέσω των συνδρομητικών πλατφορμών τηλεόρασης, οι οποίες παρείχαν το τηλεοπτικό τους πρόγραμμα σε ψηφιακό σήμα και πριν το 2012.

Στη συγκεκριμένη αγορά δραστηριοποιούνται διαρκώς ολοένα και περισσότερες εταιρείες αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό τον ανταγωνισμό αλλά και τις δυνατότητες επιλογής του τηλεοπτικού περιεχομένου από τους τηλεθεατές (Γεωργιλάκη, 2017).

1.3 Η συνδρομητική τηλεόραση στην Ελλάδα

Ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα είναι αρκετά δημοφιλής από το τηλεοπτικό κοινό. Οι πλατφόρμες που παρέχουν τη δυνατότητα για θέαση επιπλέον τηλεοπτικών σταθμών πέραν των ελεύθερων καναλιών ολοένα αυξάνονται δημιουργώντας μια δυναμική αγορά γύρω από την δορυφορική τηλεόραση.

Η διείσδυση της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα βρίσκεται έως και σήμερα αρκετά χαμηλά σε σχέση με την αντίστοιχη σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Το ποσοστό διείσδυσης στην Ελλάδα είναι μόλις 25%, όταν ο μέσος όρος στην Ευρώπη είναι άνω του 60%.

Η πρώτη απόπειρα για τη δημιουργία πλατφόρμας συνδρομητικής τηλεόρασης έγινε από τη Filmnet. Την εν λόγω πλατφόρμα υποστήριξε σχεδόν ένας στους τέσσερεις τηλεθεατές στην Ελλάδα, γεγονός που δημιούργησε τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ενασχόληση με τη συνδρομητική τηλεόραση και από άλλους παρόχους. Από εκείνη την πρώτη απόπειρα της Filmnet έως και σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί πολλές προσπάθειες και έχουν δημιουργηθεί πολλές πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα (Kathimerini.gr, 2020).

1.4 Πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

Εξαιτίας του αυξημένου πλέον ανταγωνισμού στον κλάδο της συνδρομητικής τηλεόρασης, η εξέλιξη του κλάδου οδεύει προς την συνεχιζόμενη ανανέωση του περιεχομένου ώστε συνεχώς να συναρπάζει τον τηλεθεατή και να ικανοποιεί τις ανάγκες του για ενημέρωση και ψυχαγωγία. Οι πλατφόρμες που ανταγωνίζονται στην ελληνική αγορά της συνδρομητικής τηλεόρασης είναι η NOVA, ο OTE TV, η VODAFONE TV, η WIND και το Netflix.

Η συνδρομητική τηλεόραση της πλατφόρμας NOVA, αποτελεί την εξέλιξη της πρωτοεμφανιζόμενης πλατφόρμας Filmnet. Το 1999 η NOVA απέκτησε την άδεια

συνδρομητικού καναλιού στην Ελλάδα και έγινε η πρώτη πλατφόρμα με τηλεοπτικό περιεχόμενο στον κλάδο της συνδρομητικής στην Ελλάδα (Nova.gr, 2020).

Έως και σήμερα η NOVA αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς «παίχτες» στον κλάδο της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα αναβαθμίζοντας συνεχώς τις υπηρεσίες της και το περιεχόμενο των προγραμμάτων της. Το πρόγραμμά της αποτελείται από ένα ευρύ φάσμα επιλογών για κάθε τηλεθεατή, περιλαμβάνοντας μεταξύ άλλων πρόγραμμα για αθλητικά, ψυχαγωγία, ταινίες αλλά και ενημέρωση.

Η αύξηση του ανταγωνισμού την τελευταία δεκαετία, ανάγκασε τη διοίκησή της να μειώσει σημαντικά το κόστος της υπηρεσίας, καθώς η αγορά δεν είναι πλέον μονοπωλιακή όπως συνέβαινε στο παρελθόν. Παράλληλα, η διοίκηση της εταιρείας αντιλαμβανόμενη τη σημασία του internet για κάθε άνθρωπο στην εποχή που ζούμε, δημιούργησε ένα συνδυαστικό πακέτο τηλεφωνίας, τηλεόρασης και internet, παρέχοντας με τον τρόπο αυτό ένα σύνολο υπηρεσιών οι οποίες ολοκληρώνουν τις ανάγκες των καταναλωτών – τηλεθεατών. Τέλος, ο στρατηγικός της σχεδιασμός περιλαμβάνει συνεργασίες και με άλλες ανταγωνιστικές πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να απολαμβάνουν το περιεχόμενο των καναλιών NOVA και μέσα από άλλες πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης (Nova.gr, 2020).

Τη σημασία του συνδυασμού των υπηρεσιών αντιλήφθηκε έγκαιρα και η διοίκηση του ΟΤΕ, δημιουργώντας ένα πακέτο τηλεόρασης, τηλεφωνίας και internet, ακολουθώντας τα βήματα της NOVA. Ο ΟΤΕ, αποτέλεσε στην Ελλάδα τον ηγέτη της τηλεφωνίας και μετέπειτα του internet. Έως και πριν από λίγα χρόνια αποτελούσε τη μοναδική εταιρεία τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, η οποία διέθετε δικό της δίκτυο το οποίο μάλιστα νοίκιαζε στις υπόλοιπες εταιρείες τηλεπικοινωνιών. Αυτό το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ΟΤΕ, η διοίκησή του το συνδύασε με τη δημιουργία της συνδρομητικής πλατφόρμας ΟΤΕ TV (Cosmote.gr, 2020).

Η συγκεκριμένη συνδρομητική πλατφόρμα περιέχει πληθώρα καναλιών και προγραμμάτων, με στόχο να ικανοποιήσει κάθε ανάγκη του τηλεθεατή. Ειδικότερα, περιλαμβάνει 13 κανάλια αθλητικού περιεχομένου, 9 κανάλια με ταινίες και σειρές, 11 κανάλια με περιεχόμενο ντοκιμαντέρ και 8 κανάλια με παιδικό περιεχόμενο για τα παιδιά (Cosmote.gr, 2020).

Η δημιουργία της συνδρομητικής πλατφόρμας της Vodafone, πραγματοποιήθηκε ύστερα από τη συνένωση της εταιρείας με την εταιρεία HellasOnLine. Το περιεχόμενο του τηλεοπτικού προγράμματος ποικίλει καθώς η συνδρομητική πλατφόρμα περιέχει τηλεοπτικά κανάλια με περιεχόμενο:

- ειδησεογραφικό
- ντοκιμαντέρ
- παιδικό
- μουσικό
- αθλητικό

Αν και η συνδρομητική πλατφόρμα τηλεοπτικού προγράμματος της Vodafone είναι σχετικά πρόσφατη, η στρατηγική ανάπτυξης που ακολουθά η διοίκηση της εταιρείας την καθιστά ως την συνδρομητική πλατφόρμα με την μεγαλύτερη ανάπτυξη. Το γεγονός αυτό προέρχεται από τη συνεργασία της Vodafone TV με τη NOVA, δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους πελάτες – τηλεθεατές της Vodafone να έχουν πρόσβαση και στο τηλεοπτικό περιεχόμενο της NOVA.

Έτσι λοιπόν, η Vodafone TV, κατέχοντας το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της συνεργασίας της με τη NOVA, παρέχει τη δυνατότητα παρακολούθησης του αθλητικού περιεχομένου της NOVA σε όλους τους πελάτες της (Vodafone.gr, 2020).

Ταυτόχρονα, η πλατφόρμα τηλεοπτικού περιεχομένου της Vodafone, αποτέλεσε την πρώτη στην Ελλάδα η οποία εκμεταλλεύτηκε το internet, δίνοντας το δικαίωμα σε κάθε πελάτη της να παρακολουθεί το τηλεοπτικό περιεχόμενο των καναλιών της από οποιαδήποτε συσκευή διαθέτει internetακόμα και εκτός του σπιτιού (Vodafone.gr, 2020).

Η WIND αποτέλεσε χρονικά την τελευταία πλατφόρμα συνδρομητικής τηλεόρασης που δημιουργήθηκε στην Ελλάδα. Ωστόσο, η στρατηγική της ανάπτυξη καθιστά τη συνδρομητική της πλατφόρμα πλήρως ανταγωνιστική έναντι των υπολοίπων. Το γεγονός αυτό προκύπτει καθώς αφενός διότι η συνδρομητική πλατφόρμα τηλεοπτικού της περιεχομένου είναι ανεξάρτητη από τον πάροχο που χρησιμοποιεί ο χρήστης για τηλεφωνία και internet και αφετέρου διότι έχει επιτύχει και αυτή συμφωνία με τη

NOVA για την ζωντανή αναμετάδοση του προγράμματός της μέσα από την πλατφόρμα της WIND.

Επιπλέον, η WIND αποτελεί τη μοναδική πλατφόρμα που έχει ενσωματώσει στο τηλεοπτικό πακέτο της συνδρομητικής τηλεόρασης το περιεχόμενο του Netflix. Η ιδιαιτερότητα αυτή σε συνδυασμό με την επιπλέον καινοτομία των χαρακτηριστικών του πακέτου της, την καθιστούν ως μια ανερχόμενη δύναμη στον κλάδο της συνδρομητικής τηλεόρασης (Wind.gr, 2020).

Αν και η ανάλυσή μας στα πλαίσια της παρούσας εργασίας έχει ως στόχο την περιγραφή του κλάδου της ελληνικής συνδρομητικής τηλεόρασης, δεν μπορεί να παραληφθεί η συνδρομητική πλατφόρμα του Netflix. Το γεγονός αυτό προέρχεται από τον σημαντικά υψηλό και ολοένα αυξανόμενο αριθμό των ελλήνων τηλεθεατών που επιλέγουν τη συγκεκριμένη συνδρομητική πλατφόρμα.

Το Netflix αποτελεί την κορυφαία πλατφόρμα συνδρομητικής τηλεόρασης σε όλο τον κόσμο. Τα τελευταία δυο χρόνια οι υπηρεσίες της επεκτάθηκαν και στην Ελλάδα, όπου με το ποσό των 7,99 ευρώ ανά μήνα κάθε τηλεθεατής μπορεί να έχει πρόσβαση σε μια σειρά από τηλεοπτικά κανάλια με ιδιαίτερα πλούσιο τηλεοπτικό πρόγραμμα. Η μοναδική απαίτηση για την παρακολούθηση των τηλεοπτικών καναλιών του Netflix (εκτός βέβαια της πληρωμής του χαμηλού κόστους των 7,99 ευρώ ανά μήνα) είναι ο χρήστης να διαθέτει internet και smart tv. Έτσι, οι τηλεθεατές είναι σε θέση να απολαύσουν στο πλούσιο περιεχόμενο των καναλιών του Netflix, με νέες ταινίες, ντοκιμαντέρ, παιδικό πρόγραμμα και άλλα κανάλια ψυχαγωγίας. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα για παρακολούθηση του τηλεοπτικού προγράμματος και από οποιαδήποτε άλλη τεχνολογικά εξελιγμένη συσκευή όπως ο ηλεκτρονικός υπολογιστής και το κινητό τηλέφωνο (Netflix.com, 2020).

Η συγκεκριμένη πλατφόρμα αριθμεί περισσότερους από 70.000.000 πελάτες – συνδρομητές παγκοσμίως, γεγονός που την καθιστά στην πρώτη θέση διεθνώς μεταξύ των πλατφορμών συνδρομητικής τηλεόρασης. Η είσοδος της στην Ελληνική αγορά της συνδρομητικής τηλεόρασης αύξησε τον ανταγωνισμό ανάμεσα στις αντίστοιχες υπηρεσίες της NOVA και του OTE TV. Έτσι, η προσφορά της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα αυξήθηκε, γεγονός που επηρεάζει άμεσα την μηνιαία τιμή

των πακέτων συνδρομητικών τηλεοπτικών σταθμών όλων των εταιρειών (Netflix.com, 2020).

1.5 Προφίλ πελατών της συνδρομητικής τηλεόρασης

Ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο. Το γεγονός αυτό προκύπτει από τη συνεχή εμφάνιση νέων πλατφορμών συνδρομητικής τηλεόρασης από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, αλλά και από το γεγονός πως οι ήδη υπάρχουσες πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης προσφέρονται στο τηλεοπτικό κοινό για διάστημα μικρότερο από 5 έτη.

Ωστόσο, ακόμα κι αν ο κλάδος δεν είναι σε θέση να μας δώσει αξιόπιστα στατιστικά στοιχεία, προκύπτουν κάποια χρήσιμα δεδομένα που μας υποδεικνύουν την τάση των τηλεθεατών. Ειδικότερα, μεταξύ των τεσσάρων ελληνικών συνδρομητικών πλατφορμών τηλεοπτικού περιεχομένου στην Ελλάδα προκύπτουν διαφορετικές τάσεις. Η NOVA προσελκύει τηλεθεατές οι οποίοι έχουν τουλάχιστον ένα παιδί στην οικογένεια. Παράλληλα, το καταναλωτικό της κοινό αποτελείται κυρίως από άνδρες (65%), γεγονός που δικαιολογείται από το αθλητικό πρόγραμμα που διαθέτει. Αντιθέτως, στις υπόλοιπες συνδρομητικές πλατφόρμες της Ελληνικής αγοράς η αναλογία ανδρών και γυναικών είναι πιο ισορροπημένη και διαμορφώνεται στο ποσοστό 55%/45%.

Όσο αφορά το κόστος των συνδρομητικών υπηρεσιών, οι τιμές που κοστολογούν οι εταιρείες τις υπηρεσίες τους και χρεώνουν τους συνδρομητές τους δεν παρουσιάζουν αξιολογες διαφορές. Ο ανταγωνισμός ο οποίος προκύπτει από την αύξηση της προσφοράς αλλά και από την είσοδο του Netflix στην Ελληνική αγορά συνδρομητικής τηλεόρασης, έχει μειώσει σημαντικά τις τιμές χρέωσης ανά μήνα με αποτέλεσμα αυτές να βρίσκονται σε επίπεδα κάτω των 30 ευρώ μηνιαίως. Το γεγονός αυτό καθιστά το σύνολο των συνδρομητικών τηλεοπτικών σταθμών στην Ελλάδα προσιτό από όλους τους τηλεθεατές ανεξαρτήτως της οικονομικής τους επιφάνειας (Insider.gr, 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Μακροοικονομική ανάλυση του κλάδου της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.

2.1 Το περιβάλλον των επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης

Οι επιχειρήσεις ιδρύονται, λειτουργούν και αναπτύσσονται μέσα σε ένα σύνθετο, εμπορικό, οικονομικό, πολιτικό, τεχνολογικό, ηθικό και κοινωνικό κόσμο .Η ανταγωνιστική στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση εξαρτάται από το περιβάλλον στο οποίο αυτή λειτουργεί και αναπτύσσεται. Έτσι, οι επιχειρήσεις προσαρμόζουν την ανταγωνιστική τους στρατηγική στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος και σύμφωνα στις δυνάμεις και αδυναμίες που προκύπτουν από το εσωτερικό τους περιβάλλον (Παπούλιας, 2002).

Για να είναι έτοιμη μια επιχείρηση να μπορεί να ξεκινήσει και να σχηματίσει τη στρατηγική που θα διαμορφώσει, θα πρέπει να προβεί στην ανίχνευση του εξωτερικού και του εσωτερικού περιβάλλοντος. Η ανίχνευση του περιβάλλοντος είναι η εποπτεία, η επεξεργασία και η αξιολόγηση του εξωτερικού και του εσωτερικού της περιβάλλοντος. Δηλαδή να είναι σε θέση να γνωρίζει τις πιθανές ευκαιρίες και απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος, αλλά και τις δυνάμεις και τις αδυναμίες του εσωτερικού της περιβάλλοντος (Λαγουδακη,2011).

Στο **Σχήμα 1** παρουσιάζονται οι μεταβλητές του περιβάλλοντος μιας επιχείρησης.



Σχήμα 1: Οι μεταβλητές του περιβάλλοντος μιας επιχείρησης.

Οι γενικευμένοι περιβαλλοντολογικοί παράγοντες, αυτοί που ανήκουν στο γενικευμένο ή μακρο-περιβάλλον, βρίσκονται στον εξωτερικό κύκλο, επειδή δεν επηρεάζουν μόνο το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, αλλά περιέχουν και πιο συγκεκριμένους παράγοντες. Οι συγκεκριμένοι παράγοντες που ανήκουν στο άμεσο περιβάλλον σχετίζονται πιο άμεσα με την επιχείρηση, καθώς το άμεσο περιβάλλον αποτελεί και τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Πάντως, οι εξωτερικοί παράγοντες του διαγράμματος, οι παράγοντες του μακρο-περιβάλλοντος είναι δυναμικοί και μεταβάλλονται συνεχώς (Γεωργόπουλος, 2013).

Για τις επιχειρήσεις σήμερα, η ανάγκη για ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος καθίσταται περισσότερο επιτακτική από ποτέ. Αυτό γίνεται για να διαπιστώσουν και να αξιολογήσουν σημαντικά γεγονότα και τάσεις που επικρατούν. Το ενδιαφέρον και η προσοχή των στελεχών θα πρέπει να εστιαστεί στις διαφαινόμενες τάσεις και σε εκείνα τα γεγονότα που είναι δυνατόν να επηρεάσουν την επιχείρηση και τη στρατηγική της άμεσα ή έμμεσα (Σιώμος, 2004).

Με την ανάλυση λοιπόν του πολυδιάστατου και συνεχώς μεταβαλλόμενου μακρο-περιβάλλοντος, μια επιχείρηση σκοπεύει στην εύρεση και εκμετάλλευση πιθανών παρουσιαζόμενων ευκαιριών αλλά και στην αποφυγή των πιθανών παρουσιαζόμενων απειλών. Επομένως, σκοπός της ανάλυσης του περιβάλλοντος αυτού είναι ο

εντοπισμός των μεταβλητών κλειδιά που επηρεάζουν την επιχείρηση, δίνοντας της έτσι τη δυνατότητα να αντιδράσει άμεσα και ταχύτερα στις μεταβαλλόμενες εξωτερικές συνθήκες, ώστε να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της και να ισχυροποιήσει τη θέση της τόσο στην εγχώρια, όσο και στην παγκόσμια αγορά (Παπαδάκης, 2009).

2.2 Ανάλυση πολιτικής διάσταση



Εικόνα 1: Nova vs OTE TV (Πηγή: <http://www.capital.gr/epixeiriseis/3147658/mpira-nte-fer-nova-ote-tv-upo-ti-skia-ton-feron-sti-sundromitiki-tileorasi>).



Εικόνα 2 :Εθνικό συμβούλιο τηλεόρασης

(Πηγή:<https://www.newsbomb.gr/tags/tag/119966/ethniko-symvoylio-thleorashs>).



Εικόνα 3: Κανάλια τηλεόρασης (Πηγή: <http://www.mobilenews.gr/syndromitiki-tileorasi-i-epomeni-mer/>).

Η πολιτική διάσταση αναφέρεται στους νόμους, στους κυβερνητικούς φορείς και στις διάφορες ομάδες πίεσης που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις είτε άμεσα είτε έμμεσα. Οι πολιτικές αποφάσεις συχνά επηρεάζουν δραστικά την πορεία των επιχειρήσεων επειδή με το νομοθετικό έργο και την κατοχή εκτελεστικής εξουσίας, οι πολιτικοί είναι εκείνοι που συχνά καθορίζουν τον κανόνα του παιχνιδιού (Νεκτάριος, 2016).

Στην περίπτωση της συνδρομητικής τηλεόρασης και συγκεκριμένα του OTETV, η πολιτική διάσταση σχετίζεται τόσο με την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) ή πιο σωστά την Επιτροπή Ανταγωνισμού όσο και με το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ).

Όσον αφορά τον πρώτο άξονα, αξίζει να σημειωθεί ότι το θέμα της επιλογής του ΟΤΕ να κινηθεί επιθετικά στο ζήτημα της Nona, έχει προκαλέσει έντονο προβληματισμό. Η κυρίαρχη άποψη είναι ότι το σενάριο «γάμου» του ΟΤΕ με τη Nona θα οδηγούσε σε αδιέξοδο λόγω της παραβίασης των κανόνων ανταγωνισμού, καθώς θα μετέτρεπε το υφιστάμενο δυοπώλιο σε μονοπώλιο. Και αυτό διότι η ΟΤΕ TV προσεγγίζει τους 500000 συνδρομητές ενώ η Nona σχεδόν διαθέτει 500.000 συνδρομητές και μαζί καταλαμβάνουν το συντριπτικό μερίδιο της αγοράς συνδρομητικής τηλεόρασης στη χώρα (Start media.gr, 2020).

Ωστόσο, όπως σχολιάζουν στελέχη του κλάδου, η μετατροπή ενός δυοπωλίου σε μονοπώλιο δεν επιτρέπεται από το Εθνικό και το Κοινοτικό Δίκαιο. Και πόσο μάλλον σε μια αγορά που δεν συρρικνώνεται, αλλά αντίθετα αναπτύσσεται ραγδαία και φέρνει έσοδα. Έτσι, διαπιστώνουν ότι τυχόν επιχειρούμενη συγκέντρωση της

πλειονότητας της πελατειακής βάσης της συνδρομητικής τηλεόρασης θα αποτελούσε ακραία περίπτωση παράβασης των κανόνων της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας.

Η υπόθεση, μάλιστα, δεν αποτελεί καν αρμοδιότητα της ΕΕΤΤ αλλά της Επιτροπής Ανταγωνισμού και της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία έχει και τον πρώτο ρόλο λόγω των οικονομικών μεγεθών του ΟΤΕ και της Forthnet. Όσον αφορά τον δεύτερο άξονα, αναφορικά με τη διαδικασία εποπτείας της συνδρομητικής τηλεόρασης από το ΕΣΡ, τόσο η Multichoice (Nova) όσο και ο ΟΤΕ TV έχουν λάβει από το ΕΣΡ άδειες διάρκειας 15 ετών. Μάλιστα, στην περίπτωση της Nova η άδεια χορηγήθηκε πρόσφατα, στις 6 Ιουνίου 2014, ενώ η προηγούμενη σύμβαση, που υπεγράφη το 1999, έληξε στις 24 Ιουλίου 2014 (Start media.gr, 2020).

Στο σημείο αυτό είναι κρίσιμη η σύμβαση παραχώρησης που υπέγραψε το Ελληνικό Δημόσιο με τις δύο εταιρείες. Ανάλογα με τις ώρες μεταδιδόμενου συνδρομητικού προγράμματος, η Nova και ο ΟΤΕ πλήρωσαν εφάπαξ ποσόν που ανέρχεται σε 2,5 εκατ. ευρώ. Επιπλέον, για κάθε χρόνο λειτουργίας πληρώνουν ένα κλιμακωτό ποσόν επί του τζίρου, που ξεκινάει από 0,5% και φτάνει στο 3% ανάλογα με τα χρόνια λειτουργίας.

Ένδειξη της επιρροής που ασκεί το ΕΣΡ στη συνδρομητική τηλεόραση είναι το γεγονός ότι έχει διακόψει τη λειτουργία του καναλιού SIRINA TV HD. Όπως ανέφερε ο Πρόεδρος του ΕΣΡ κος Ιωάννης Λασκαρίδης, "το SIRINA TV HD είναι εταιρεία περιορισμένης ευθύνης και όχι ανώνυμη εταιρεία σύμφωνα με τον νόμο". Με αυτήν την αιτιολογία δεν γίνεται δεκτή η αίτηση του SIRINA TV HD.

Ωστόσο τον Οκτώβριο του 2014, η Ολομέλεια του ΕΣΡ σε σχετική συνεδρίαση της, ενέκρινε τη μετάδοση τηλεοπτικού προγράμματος του SIRINA TV HD από ευρυζωνικά δίκτυα και δορυφόρο, μέσω του ΟΤΕ TV με την επισήμανση ότι το κανάλι θα παρέχει πρόγραμμα το οποίο θα μπορεί να "κλειδώνει" και να "ξεκλειδώνει" από τους συνδρομητές, όπως γίνεται με αντίστοιχα προγράμματα στο εξωτερικό (Start media.gr, 2020).

2.3 Ανάλυση οικονομικής διάστασης

Στη διάσταση αυτή η ανάλυση εστιάζεται κυρίως στα οικονομικά μεγέθη της χώρας στην οποία δραστηριοποιείται η υπό ανάλυση επιχείρηση και στις γενικότερες οικονομικές εξελίξεις που λαμβάνουν χώρα και μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης (Γεωργακόπουλος, 2013).

Στην περίπτωση της συνδρομητικής τηλεόρασης και συγκεκριμένα του ΟΤΕ TV, ο δραστηριός περιορισμός του διαθέσιμου εισοδήματος που προκάλεσε στα νοικοκυριά η κρίση των τελευταίων ετών υποχρέωσε την ελληνική οικογένεια να αλλάξει τρόπο ζωής.

Η ψυχαγωγία ήταν από τους πρώτους τομείς όπου ‘‘έπεσε το τσεκούρι’’. Άμεση προτεραιότητα έγινε η κάλυψη με μικρή σχετικά δαπάνη των αναγκών όλης της οικογένειας.

Το γεγονός αποδεικνύεται ότι αποτελεί και τη μεγάλη ευκαιρία για τις τηλεπικοινωνιακές εταιρείες, οι οποίες με τις υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης βλέπουν ότι μπορούν να προσεγγίσουν το καταναλωτικό κοινό, και να προσελκύσουν πελάτες, ανατρέποντας έτσι την πτωτική πορεία στα έσοδα που κατέγραφαν επί χρόνια.

Η ανατροπή γίνεται καθώς συντελούνται δύο βασικές προϋποθέσεις: από τη μία η μείωση στις τιμές των παρόχων και από την άλλη η ιδιαίτερα έντονη πενία που, λόγω της κρίσης, χαρακτηρίζει τα τελευταία χρόνια το προϊόν των ελεύθερων καναλιών.

Μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα ποιοτική έρευνα για το περιεχόμενο των συνδρομητικών τηλεοπτικών καναλιών διεξήγαγε η Qed για λογαριασμό της εταιρείας δημιουργίας και διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου Vermantia. Η έρευνα διεξήχθη στην Αθήνα, σε δείγμα 55 ατόμων, ηλικίας 18-44 ετών την περίοδο 29-30 Απριλίου και 15 -16 Μαΐου. Το δείγμα ανήκε σε 5 focus groups, εκ των οποίων τα 4 αφορούσαν συνδρομητές και το ένα μη συνδρομητές. Σύμφωνα με την έρευνα, το βασικό συμπέρασμα είναι ότι οι τηλεθεατές/καταναλωτές θεωρούν τη συνδρομητική τηλεόραση ως μια «προσιτή πολυτέλεια», με το βασικό κίνητρο αγοράς της να είναι τα αθλητικά προγράμματα και οι κινηματογραφικές ταινίες (Ντάσσου, 2014).

Τελευταία δε, μεγάλο ενδιαφέρον δείχνουν οι συνδρομητές τόσο για τα ντοκιμαντέρ πολιτισμού, όσο και για τα παιδικά προγράμματα. Η αίσθηση που προκύπτει από την παρακολούθηση συνδρομητικής τηλεόρασης συνδυάζεται με την ευχαρίστηση, τη χαλάρωση, την ψυχαγωγία και την ελευθερία επιλογής, μέσα από μια μεγάλη γκάμα διαθέσιμων προγραμμάτων. Όσον αφορά στις στάσεις και στις απόψεις σχετικά με τη συνδρομητική τηλεόραση, η τιμή αγοράς και η ένταξη του ετήσιου κόστους του πακέτου συνδρομητικής στον οικογενειακό προϋπολογισμό είναι οι λόγοι που αναφέρθηκαν ως κυρίαρχοι και καθοριστικοί για την αγορά της.

Η μηνιαία συνδρομή είναι πολύ πιο οικονομική λύση για ψυχαγωγία από μια βραδινή έξοδο. Ο εν λόγω παράγοντας ενισχύεται πολύ περισσότερο και από την υψηλή ποιότητα των τηλεοπτικών προγραμμάτων που προσφέρουν τα συνδρομητικά κανάλια, την οποία δεν μπορεί αυτή την περίοδο να ακολουθήσει ούτε η ιδιωτική ελεύθερη τηλεόραση, πόσο μάλλον η δημόσια.

Τα ιδιωτικά κανάλια ελεύθερης λήψης αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα και δεν έχουν πλέον τη δυνατότητα να προσφέρουν τηλεοπτικά προγράμματα υψηλού κόστους. Χαρακτηριστική είναι η ανάπτυξη της τάσης που θέλει τις εταιρείες τηλεπικοινωνιών να προσφέρουν συνδυαστικά πακέτα υπηρεσιών τηλεφωνίας, διαδικτύου και τηλεόρασης, τα οποία είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικά (Ντάσσου, 2014).

2.4 Ανάλυση κοινωνικοπολιτικής διάστασης

Το κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον αντιπροσωπεύει το σύνολο των αξιών, πιστεύω, ιδανικών και άλλων χαρακτηριστικών που διακρίνουν τα μέλη μιας ομάδας από μίαν άλλη.

Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ενήμερες για αυτά τα χαρακτηριστικά, γιατί μια μικρή απόκλιση από τα κοινωνικά και πολιτισμικά αποδεκτά μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα.

Σε σχέση με το κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον της συνδρομητικής τηλεόρασης, πρέπει να σημειωθεί ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με το οικονομικό περιβάλλον, του οποίου η ανάλυση προηγήθηκε (Σιώμκος, 2004).

Η εσωστρέφεια & οι συγκεντρώσεις στο σπίτι ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης συμβάλλουν θετικά στην αγορά συνδρομητικού πακέτου.

Άλλοι κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες είναι η έλλειψη ελεύθερου χρόνου, η μικρή σχέση με την τηλεόραση γενικά, η εξοικείωση με το internet (download, gaming, social media), η ρουτίνα στην καθημερινότητα και η αγάπη για τον αθλητισμό και τα αθλητικά γεγονότα καθώς και τον κινηματογράφο.

Εάν θελήσουμε να κάνουμε μια ανάλυση της συνδρομητικής βάσης του OTE TV, παρατηρούμε ότι περιλαμβάνει ανθρώπους με διαφορετικές τηλεοπτικές προτιμήσεις που ανήκουν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Σημαντικό ποσοστό είναι οικογένειες. Πολλοί ζουν έξω από τα μεγάλα αστικά κέντρα. Αγαπούν την άθληση και τον αθλητισμό, τον καλό κινηματογράφο, θέλουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους, μεγαλώνουν παιδιά ή εγγόνια (Ντάσσου, 2014).

Το περιεχόμενο του OTE TV αγκαλιάζει ένα ευρύ κοινωνικό προφίλ, όμως ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα αθλητικά που όντως είναι το βασικό κίνητρο για απόκτηση της υπηρεσίας, τον κινηματογράφο, τα παιδικά προγράμματα και φυσικά τα ντοκιμαντέρ, για τα οποία δείχνουν σημαντικό ενδιαφέρον οι συνδρομητές.

Το φίλαθλο κοινό έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί περισσότερες από 50 ζωντανές μεταδόσεις αγώνων την εβδομάδα. Οι σινεφίλ πάνω από 25 πρεμιέρες το μήνα, οι νέοι τηλεθεατές και τα παιδιά πλούσιο πρόγραμμα με το σύνολο των καναλιών της Disney και όχι μόνο. Οι λάτρεις των ντοκιμαντέρ έχουν στη διάθεσή τους τα καλύτερα κανάλια ντοκιμαντέρ σε ποιότητα High Definition.

Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, σημαντική είναι η είδηση ειδικά για το κοινό που ενδιαφέρεται για τα αθλητικά, ότι ο OTE εξασφάλισε, μετά από διαγωνιστική διαδικασία με την υπογραφή σχετικής συμφωνίας με την UEFA, τα δικαιώματα τηλεοπτικής μετάδοσης όλων των αγώνων των Ευρωπαϊκών διοργανώσεων, UEFA Champions League και UEFA Europa League της τριετίας 2015-2018 (Ντάσσου, 2014).

2.5 Ανάλυση τεχνολογικής διάστασης

Η διάσταση αυτή της ανάλυσης αφορά στις τεχνολογικές τάσεις και στα τεχνολογικά επιτεύγματα που λαμβάνουν χώρα έξω από την αγορά και μπορεί να έχουν σημαντική επίδραση στην επιχείρηση και στη στρατηγική της. Άλλες απ' αυτές παρουσιάζονται σαν μεγάλες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις και άλλες σαν απειλές, εάν δεν υπάρχει αρμονική προσέγγιση στις νέες τεχνολογίες (Γεωργακόπουλος, 2013).

Ο ΟΤΕ TV, για παράδειγμα, παρέχει με δύο τρόπους: είτε μέσω της ευρυζωνικής σύνδεσης, είτε δορυφορικά. Στην πρώτη περίπτωση, αυτή της IPTV, οι ευκολίες και οι υπηρεσίες είναι μάλλον περισσότερες, με κυριότερες την δυνατότητα εγγραφής προγράμματος, τα παιχνίδια και φυσικά, τις υπηρεσίες βίντεο κατ'απαίτηση.

Το τηλεοπτικό σήμα μπορεί να φτάσει στο σπίτι του κάθε συνδρομητή και μέσω ευρυζωνικής σύνδεσης και, στην προκειμένη περίπτωση, μέσω της υπηρεσίας Conn-X του ΟΤΕ. Αυτό σημαίνει ότι εάν κάποιος είναι ήδη συνδρομητής ΟΤΕ Conn-X, ανεξάρτητα από το εάν συνδέεται στα 2 ή στα 24Mbps (θεωρητικές ταχύτητες), μπορείτε να ζητήσει να μάθει εάν η γραμμή «σηκώνει» την υπηρεσία IPTV. Να σημειωθεί ότι μέσω της ευρυζωνικής σύνδεσης δεν είναι εφικτή η παρακολούθηση καναλιών υψηλής ευκρίνειας, καθώς αυτό παραμένει προς το παρόν προνόμιο της δορυφορικής ΟΤΕ TV).

Στην δεύτερη περίπτωση, ως δορυφορική υπηρεσία, δεν προϋποθέτει την ύπαρξη σταθερής τηλεφωνικής σύνδεσης. Αυτό σημαίνει ότι αφορά σε όλα τα ελληνικά νοικοκυριά που δεν έχουν σταθερό τηλέφωνο. Απευθύνεται επίσης σε όσους έχουν μεν σταθερό τηλέφωνο (οποιοδήποτε δικτύου, ΟΤΕ ή εναλλακτικού παρόχου), αλλά δεν μπορούν να λάβουν την υπηρεσία ΟΤΕ TV μέσω ευρυζωνικής γραμμής, γιατί η ποιότητά της και η ταχύτητα που επιτυγχάνουν δεν ικανοποιεί τις απαιτήσεις για τη μετάδοση τηλεοπτικού σήματος (απαιτούνται τουλάχιστον 4Mbps ανά κανάλι ή ταινία κατ'απαίτηση). Επιπλέον, αφού υπάρχει δορυφορική, δεν υπάρχει λόγος να υποχρεωθεί κανείς να αποκτήσει πρόσβαση στο Ίντερνετ, μπορεί να επιμείνει μόνο στην τηλεφωνία (Cosmote.gr, 2020).

Με αυτόν τον τρόπο η δορυφορική τηλεόραση γίνεται προσιτή σε μεγαλύτερο κοινό. Βεβαίως, για να δικαιολογήσει κανείς τη συνδρομή 15 ή 20 ευρώ για τηλεόραση θα πρέπει να προσδίδει αξία σε όσα αυτή προσφέρει.

Για παράδειγμα, ένα ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι η δορυφορική TV περιλαμβάνει και οκτώ κανάλια υψηλής ευκρίνειας, τα οποία δεν είναι διαθέσιμα μέσω ευρυζωνικής σύνδεσης (OTE TV μέσω Conn-X). Αυτό σημαίνει ότι εάν κάποιος συνδρομητής έχει τηλεόραση HD με είσοδο (θύρα) HDMI, θα αξιοποιήσει τις δυνατότητές της και θα βλέπει τα εν λόγω κανάλια με πολύ πιο καθαρή εικόνα σε σχέση με την προβολή σε κανονική ανάλυση (Standard Definition, SD), με ορατές ακόμα και μικρές λεπτομέρειες (Ντάσσου, 2014).

Από την άλλη, η δορυφορική λήψη δεν παρέχει τις υπηρεσίες *Video On Demand* (με τις οποίες αποκτάται το προνόμιο της προβολής απεριόριστου αριθμού ταινιών κατ'απαίτηση με μηνιαία συνδρομή και της ενοικίαση μεμονωμένων ταινιών της επιλογής σας από μια συλλογή). Δεν υπάρχει επίσης πρόσβαση στα *παιχνίδια της υπηρεσίας από την τηλεόραση*. Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν μόνο όσους αποκτούν τηλεόραση μέσω της σύνδεσης ADSL με Conn-X.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι η ελληνική αγορά διαφέρει από τις περισσότερες ευρωπαϊκές λόγω της γεωγραφικής ιδιομορφίας της χώρας με την ύπαρξη τόσων πολλών νησιών, όπου η δορυφορική μετάδοση έχει φυσιολογικά το προβάδισμα. Κάθε αγορά έχει τις ιδιαιτερότητές της με τις οποίες ο καθένας καλείται να συμβιβαστεί. Όλοι θέλουν να εκμεταλλευτούν την υπάρχουσα υποδομή σε δίκτυα και να παρέχουν την καλύτερη δυνατή υπηρεσία στους πελάτες τους. Όμως ο ερχομός ακόμα πιο νέων τεχνολογιών στην παραγωγή και στη διανομή τηλεοπτικού περιεχομένου, όπως το Ultra HD ή 4K, όπως λέγεται η μετάδοση σε ανάλυση τέσσερις φορές υψηλότερη από το high definition, αυξάνει δραματικά την αναγκαία χωρητικότητα του δικτύου. Εάν οι δορυφόροι μπορούν να αντεπεξέλθουν σε αυτούς του όγκους μετάδοσης δεδομένων, για τα επίγεια δίκτυα θα είναι μια πραγματική δοκιμασία. Ήδη υπηρεσίες όπως το Netflix παρέχουν μέρος από το περιεχόμενό τους και σε 4K και μέσα στα επόμενα χρόνια θα υπάρξει σημαντική εξάπλωση των μεταδόσεων σε υπερ-υψηλή ανάλυση, όταν κάθε τηλεόραση που θα πωλείται θα είναι συμβατή με αυτό το πρότυπο.

Αξίζει να σημειωθεί ότι την αγορά της τηλεόρασης την οδηγεί το αίσθημα ενθουσιασμού των καταναλωτών και ο βαθμός αποδοχής κάθε νέας τεχνολογίας.

Η παροχή Ultra HD περιεχομένου έρχεται αυτή τη στιγμή πολύ ψηλά στην προτίμησή των καταναλωτών. Είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν γι' αυτό και με αυτόν τον τρόπο είναι εκείνοι που οδηγούν τις εξελίξεις. Γι' αυτό τα δίκτυα χρειάζεται να αποκτήσουν μεγαλύτερη χωρητικότητα και να γίνουν πιο έξυπνα, δίνοντας το περιθώριο στους παρόχους να ενσωματώσουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, εκμεταλλευόμενοι παράλληλα την ασφαλέστερη και πιο αποτελεσματική διαχείριση και διανομή του περιεχομένου μέσω του Cloud, αλλά και την ανάλυση της συμπεριφοράς των πελατών τους, προτείνοντάς τους κάθε στιγμή το κατάλληλο περιεχόμενο, κομμένο και ραμμένο στις προτιμήσεις τους (Ντάσσου, 2014).

Με βάση συνέντευξη του Διευθυντή OTE TV, πολύ σύντομα οι συνδρομητές θα μπορούν να απολαμβάνουν θεματικά κανάλια του OTE TV, αλλά και την υπηρεσία OTE Cinema on Demand μέσα από τον υπολογιστή, το κινητό ή την ταμπλέτα τους.

Πλέον αναφερόμαστε στους όρους “Mobility” και “TV everywhere” όπου ο θεατής θέλει να παρακολουθεί - καταναλώνει το περιεχόμενο που επιλέγει, οποιαδήποτε ώρα και σε οποιοδήποτε σημείο βρίσκεται. Επομένως, συντελείται μια αλλαγή τοπίου που συμπεριλαμβάνει τόσο την τεχνολογική πρόοδο όσο και την καταναλωτική μετεξέλιξη της αναζητούμενης εμπειρίας από τον χρήστη στον 21ο αιώνα. Η σύγκλιση όμως της χώρας μας με αυτά τα διεθνή trends συγχρονίστηκε με την περίοδο της κρίσης. Η ελληνική αγορά αρχίζει σιγά-σιγά να συμπεριφέρεται με τους όρους και τους κανόνες που διέπουν τις μεγάλες αγορές σε ευρωπαϊκό επίπεδο (Curwen, Whalley, 2008).

Η συνδρομητική τηλεόραση πλέον αποτελεί μια προσιτή πολυτέλεια για τον Έλληνα καταναλωτή ο οποίος αναζητεί πλούσιο περιεχόμενο για τη οικιακή ψυχαγωγία του. Το premium αθλητικό περιεχόμενο, η προβολή επιτυχημένων ξένων σειρών και ταινιών, η παραγωγή ελληνικού περιεχομένου και το Video On Demand αποτελούν τους σημαντικότερους λόγους για την εξέλιξή της (Cosmote.gr, 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Στατιστικά στοιχεία επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

3.1 Στατιστικά στοιχεία συνδρομητών

Όσον αφορά την NOVA, σε επίπεδο ομίλου, η συνδρομητική βάση Pay TV Λιανικής και Χονδρικής έκλεισε στους 341,9 και 115,4 χιλιάδες συνδρομητές, αντίστοιχα (Novacinema.gr. 2020).

Πίνακας 1: Στατιστικά στοιχεία συνδρομητών NOVA για το 2018 και 2019.

	12M 2019	12M 2018	
Συνδρομητές Pay TV Λιανικής Ελλάδα & Κύπρου	341.883	377.346	-9,4%
Συνδρομητές Pay TV Χονδρικής Ελλάδα & Κύπρου ²	115.422	100.295	15,1%
Σύνολο συνδρομητών Pay TV	457.305	477.641	-4,3%

Η πλατφόρμα του OTE TV διαθέτει 557.000 συνδρομητές. Η αύξηση των συνδρομητών και της τηλεθέασης του αποτυπώνεται στα έσοδα του 1ου τριμήνου 2020. Στο διάστημα των 15 ημερών από την έναρξη των περιοριστικών μέτρων εξαιτίας του COVID-19, με το κλείσιμο των σχολείων, υπήρξε μια σημαντική στροφή στην τηλεόραση και οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών και streaming βγήκαν ωφελημένες. Τα στατιστικά στοιχεία αναφέρουν πως η τηλεθέαση της Cosmote TV on demand αυξήθηκε κατά 70%. Στις υπηρεσίες τηλεόρασης, ο OTE σημείωσε στο α' τρίμηνο του 2020 προσθήκες 1.710 συνδρομητών. Στις 31 Μαρτίου 2020, ο συνολικός αριθμός των συνδρομητών Cosmote TV ήταν 556.696 χιλιάδες, ενισχυμένος κατά 3,0% σε ετήσια βάση (540.349, το α τρίμηνο του 2019). Ο OTE αξιοποιεί τη νέα Cosmote TV, για να ενισχύσει το πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει στους συνδρομητές. Το 2019 η Cosmote TV είχε εγγράψει 554.986 συνδρομητές, έναντι 541.907 στο τέλος του 2018. Το 2017 είχε 524.770 συνδρομητές. Η ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης του OTE αν και έχει μικρή αύξηση τα τελευταία

έτη, συγκριτικά με την έναρξή της εμφανίζει μεγάλη άνοδο. Το 2012 είχε 96.773 συνδρομητές και το 2012 διέθετε μόλις 55.577 πελάτες (Το παρόν, 2020).

Το Netflix πρόσθεσε 15,77 εκατομμύρια συνδρομητές κατά την έναρξη της πανδημίας, ενώ πριν την πανδημία οι συνδρομητές ανέρχονταν στους 8,2 εκατομμύρια. Η αύξηση των συνδρομητών οδήγησε στην απόφαση επανεξέτασης της μελέτη σχετικά με τον αριθμό συνδρομητών και τα σύνολα εσόδων του Netflix. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία για την Αμερική και τον υπόλοιπο κόσμο, έγινε προσπάθεια προσδιορισμού των κατά προσέγγιση εσόδων της εταιρείας σε διάφορες χώρες σε όλο τον κόσμο. Από την αξιολόγηση προέκυψε ότι αυξήθηκαν τα στοιχεία και τα έσοδα της συνδρομής του Netflix σε όλες τις περιοχές τα τελευταία 2,5 χρόνια. Στο τέλος του 2019, η εταιρεία είχε πάνω από 167 εκατομμύρια συνδρομητές και είχε δημιουργήσει συνολικά πάνω από 20,1 δισεκατομμύρια δολάρια κατά τη διάρκεια του έτους. Όμως, κατά το πρώτο τρίμηνο του 2020, οι συνδρομές του αυξήθηκαν στα ύψη, καθώς ο τελευταίος μήνας του τριμήνου (Μάρτιος) ήταν η αρχή της παγκόσμιας πανδημίας κοροναϊού σε πολλές χώρες. Μέχρι τον Απρίλιο του 2020, το Netflix είχε σχεδόν 183 εκατομμύρια συνδρομητές (Athens Voice, 2020).

3.2 Οικονομικά στατιστικά στοιχεία

Η ετήσια έκθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας Vodafone - Πάναφον Α.Ε.Ε.Τ. αφορά τη διαχειριστική χρήση της εταιρείας Vodafone - Πάναφον Α.Ε.Ε.Τ. Η έκθεση αναφέρεται σε όρους «χρήση 2018», «(οικονομικό) έτος 2018» ή «το 2018» και εννοείται η διαχειριστική χρήση από 1 Απριλίου 2017 έως 31 Μαρτίου 2018, ενώ με τους όρους «η χρήση 2017», «το έτος 2017» ή «το 2017» εννοείται η διαχειριστική χρήση από 1 Απριλίου 2016 έως 31 Μαρτίου 2017.

Τα νομισματικά ποσά στις παρούσες χρηματοοικονομικές καταστάσεις αναφέρονται σε εκατομμύρια Ευρώ, εκτός αν αναφέρεται διαφορετικά σε συγκεκριμένη περίπτωση. Η έκθεση, αυτή, αναφέρει την ανάλυση οικονομικών αποτελεσμάτων για τη χρήση 2018, καθώς και τις επιχειρηματικές και εμπορικές δραστηριότητες της εταιρείας το έτος 2018.

Το 2018 ο κύκλος εργασιών της Εταιρείας αυξήθηκε κατά 2,1% σε σχέση με την προηγούμενη διαχειριστική περίοδο. Ταυτόχρονα, η διαχειριστική χρήση της εταιρείας κατέγραψε κέρδη προ φόρων Ευρώ 37,2 έναντι κερδών προ φόρων Ευρώ 5,4 στην προηγούμενη χρήση (Vodafone.gr, 2020).

Στον **Πίνακα 2** παρατίθενται δείκτες χρηματοοικονομικής πληροφόρησης, σχετικοί με την απόδοση και την αποδοτικότητα, την οικονομική διάρθρωση και τη γενική ρευστότητα της εταιρείας.

Πίνακας 2: Δείκτες χρηματοοικονομικής πληροφόρησης για την Vodafone, για το 2017 και το 2018.

	2018		2017	
	Ευρώ	%	Ευρώ	%
Απόδοσης και αποδοτικότητας				
Κέρδη προ τόκων και φόρων	58,4		30,5	
<u>Έσοδα</u>	871,5	6,7%	853,4	3,6%
<u>Κέρδη /(Ζημιές) χρήσης</u>	32,4	9,7%	(11,2)	-3,7%
<u>Ίδια κεφάλαια</u>	332,4		300,0	
Οικονομικής διάρθρωσης				
Κυκλοφορούν ενεργητικό	337,0		336,8	
<u>Σύνολο ενεργητικού</u>	1.304,0	25,8%	1.295,4	26,0%
<u>Ίδια κεφάλαια</u>	332,4	34,2%	300,0	30,1%
<u>Σύνολο υποχρεώσεων</u>	971,6		995,4	
Γενικής ρευστότητας				
οφορούν ενεργητικό	337,0		336,8	
<u>Βραχυπρόθεσμές υποχρεώσεις</u>	286,3	117,7%	270,2	124,6%

Στις υπηρεσίες τηλεόρασης, ο ΟΤΕ σημείωσε στο τρίμηνο καθαρές προσθήκες 2 χιλιάδων συνδρομητών. Στις 31 Μαρτίου 2020, ο συνολικός αριθμός των συνδρομητών COSMOTE TV ήταν 557 χιλιάδες, ενισχυμένος κατά 3,0% σε ετήσια βάση. Ο ΟΤΕ αξιοποιεί τις νέες υπηρεσίες OTT, για να ενισχύσει το πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει στους συνδρομητές (Cosmote.gr, 2020).

Πίνακας 3: Συνδρομητές ΟΤΕ TV.

Συνδρομητές τηλεόρασης	556.696	540.349	+3,0%	1.710
------------------------	---------	---------	-------	-------

Τα οικονομικά αποτελέσματα του ΟΤΕ για το α' τρίμηνο του 2020 αναφέρουν

- αύξηση εσόδων κατά 3,6% χάρη στις θετικές επιδόσεις στην Ελλάδα και στη Ρουμανία
- αύξηση προσαρμοσμένου EBITDA (AL) κατά 4,5% λόγω βελτιωμένου περιθωρίου σε Ελλάδα και Ρουμανία
- ενίσχυση εσόδων στην Ελλάδα κατά 1,4%
- αύξηση εσόδων από υπηρεσίες κινητής κατά 3,3% λόγω αύξησης εσόδων από υπηρεσίες δεδομένων
- αύξηση εσόδων από υπηρεσίες λιανικής σταθερής κατά 1,3% χάρη στις υπηρεσίες ευρυζωνικότητας
- αύξηση προσαρμοσμένου EBITDA (AL) κατά 2,0%
- αύξηση εσόδων στη Ρουμανία κατά 9,5%, συνεχίζοντας την πορεία ανάκαμψης:

Στην ανάπτυξη συνέβαλαν έργα ICT και υπηρεσίες χονδρικής, ισχυρές επιδόσεις υπηρεσιών ευρυζωνικότητας & συνδυαστικών υπηρεσιών (FMC), προσαρμοσμένο EBITDA (AL) στα €33,8 εκατ. ενισχυμένο κατά 31,5% λόγω υψηλότερων περιθωρίων και πρωτοβουλιών εξ ορθολογισμού κόστους, προσαρμοσμένες ελεύθερες ταμειακές ροές στα €133 εκατ. στο τρίμηνο, αυξημένες κατά €97 εκατ. σε σχέση με το 1^ο τρίμηνο του 2019 και τέλος περιορισμένη επίδραση του COVID-19 στα αποτελέσματα του τριμήνου, περαιτέρω επιδράσεις θα αξιολογηθούν το επόμενο διάστημα. Ο στόχος της Πολιτικής Αμοιβών Μετόχων το 2020 παραμένει στα €400 εκατ., με προτεινόμενο μέρισμα ανά μετοχή €0,55 (Cosmote.gr, 2020).

Πίνακας 4: Οικονομικά αποτελέσματα ΟΤΕ.

(Εκατ. €)	Α' τρίμηνο 2020	Α' τρίμηνο 2019	+/- %
Κύκλος Εργασιών	941,1	908,6	+3,6%
Προσαρμοσμένο EBITDA	347,1	334,9	+3,6%
Περιθώριο %	36,9%	36,9%	0μον.
Προσαρμοσμένο EBITDA μετά από μισθώσεις (AL)	322,1	308,3	+4,5%
Περιθώριο %	34,2%	33,9%	+0,3μ ον.
Λειτουργικά/λειτουργικές Κέρδη/(ζημιές) προ Χρηματοοικονομικών και επενδυτικών δραστηριοτήτων	157,5	133,3	+18,2 %
Κέρδη/(ζημιές) κατανεμημένα στους μετόχους της εταιρείας	103,2	61,9	+66,7 %
Προσαρμοσμένα Καθαρά Κέρδη σε μετόχους της εταιρείας	112,5	62,9	+78,9 %
Βασικά Κέρδη ανά μετοχή (€)	0,2195	0,1292	+69,9 %
Σύνολο Ενεργητικού	6.355,1	6.945,2	-8,5%
Προσαρμοσμένες Επενδύσεις σε πάγια περιουσιακά στοιχεία	166,4	176,1	-5,5%
Προσαρμοσμένες Ελεύθερες ταμειακές ροές μετά από μισθώσεις (AL)	132,9	35,6	-
Ελεύθερες ταμειακές ροές μετά από μισθώσεις (AL)	130,4	29,4	-
Ταμειακά Διαθέσιμα & Λοιπά Χρηματοοικονομικά & Περιουσιακά Στοιχεία	1.109,3	1.000,8	+10,8 %
Προσαρμοσμένος Καθαρός Δανεισμός (εξαιρ. μισθώσεων)	540,8	732,2	-26,1%
Προσαρμοσμένος Καθαρός Δανεισμός	930,0	1.148,0	-19,0%

Όλα τα στοιχεία (εξαιρουμένης της χρηματοοικονομικής θέσης) είναι προσαρμοσμένα ώστε να αντικατοπτρίζουν μόνο τις συνεχιζόμενες δραστηριότητες – Οι λειτουργικές δραστηριότητες της Αλβανίας αντιμετωπίζονται ως διακοπείσες δραστηριότητες (Cosmote.gr, 2020).

Στον **Πίνακα 5** παρατίθενται αναλυτικά τα έσοδα του Netflix, το α' τρίμηνο του 2020, που ανέρχονται κοντά στα 6 εκατομμύρια Ευρώ. Ταυτόχρονα, τα λειτουργικά έσοδα ανέρχονται στο 1 εκατομμύριο Ευρώ. Αυτή η αύξηση των εσόδων είναι αποτέλεσμα της καραντίνας λόγω πανδημίας (Netflix.com, 2020).

Πίνακας 5: Έσοδα Netflix για το α' τρίμηνο του 2020.

Netflix, Inc.		
Consolidated Statements of Operations		
(unaudited)		
(in thousands, except per share data)		
		Three Months
		Ended
		March 31,
		2020
Revenues		\$5.767.691
Cost of revenues		3.599.701
Marketing		503.830
Technology and development		453.817
General and administrative		252.087
Operating income		958.256
Other income (expense):		
Interest expense		(184.083)
Interest and other income (expense)		21.697
Income before income taxes		795.870
Provision for (benefit from) income taxes		86.803
Net income		709.067
Earnings per share:		
Basic		1,61

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Προοπτικές της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

4.1 Οι προοπτικές της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

Σύμφωνα με την έρευνα Satellite Monitor του διεθνούς παρόχου δορυφορικών υπηρεσιών SES Astra, ο μέσος όρος ημερήσιας τηλεθέασης στην Ελλάδα φτάνει τις 4 ώρες και 12 λεπτά, όταν στην Ευρώπη κυμαίνεται σε 3,55' και στον κόσμο σε 3,17'. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, η Ελλάδα διατηρεί την τρίτη υψηλότερη επίδοση στις ώρες τηλεθέασης ανά ημέρα και νοικοκυριό διεθνώς.

Σήμερα στην Ελλάδα το σήμα μέσω δορυφόρου καλύπτει περί τα 900.000 νοικοκυριά (Nona και OTE), ενώ η μετάδοση τηλεοπτικού περιεχομένου μέσω ευρυζωνικών συνδέσεων (IPTV) φτάνει σε 110.000 νοικοκυριά (OTE, HOL, Cyta και On Telecoms). Παράλληλα, νέα πρωτόκολλα επικοινωνίας φέρνουν δορυφορικό σήμα υψηλής ευκρίνειας, αλλά και τη δυνατότητα να το διαμοιράσουν σε πολλαπλές συσκευές, μέσω router.

Ο ΟΤΕ βλέπει σημαντική προοπτική ανάπτυξης στη συνδρομητική τηλεόραση, καθώς προεξοφλεί ότι η ελεύθερη τηλεόραση, λόγω της κρίσης, δεν έχει πια τους οικονομικούς πόρους για να εξασφαλίσει δυνατά προγράμματα, κάτι που ανοίγει την παλίδα μεταξύ της παραδοσιακής και της συνδρομητικής TV.



Εικόνα 4: Η επί % διείσδυση της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ευρώπη

(Πηγή:<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1194019/ypiresies-on-demand-kai-apo-kanalia-panelladikis-embeleias>).

4.2 Το άμεσο μέλλον των επιχειρήσεων συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα

Παρά το μεγάλο διαφαινόμενο πλήγμα της ελληνικής οικονομίας από τον κορονοϊό, τα συνδρομητικά κανάλια μοιάζουν να βγαίνουν αλόβητα. Ιδιαίτερα την περίοδο της καραντίνας παρουσίασαν τεράστια αύξηση στην τηλεθέαση και στους νέους συνδρομητές. Το ενθαρρυντικό αυτό στοιχείο κάνει τους ιδιοκτήτες να σκέφτονται την αναβάθμιση των προγραμμάτων με αγορά δικαιωμάτων από ξένα κανάλια με τεράστιες παραγωγές.

Η WIND παρέχει τη πρώτη Android TV στην Ελλάδα και μια από τις δέκα πρώτες στην Ευρώπη. Από τα πλεονεκτήματα της είναι η δυνατότητα παροχής του Netflix καθώς και των αθλητικών καναλιών της Nova. Συγκεκριμένα η wind vision προσφέρει έναν ατελείωτο κόσμο περιεχομένου τόσο μέσω των εφαρμογών του Google Play Store όσο και μέσα από συνεργασίες με κορυφαίους παρόχους τηλεοπτικού περιεχομένου. Σε ένα ενιαίο περιβάλλον ο συνδρομητής έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί πάνω από 60 συνδρομητικά κανάλια για να απολαμβάνει:

- Τις πιο δημοφιλείς σειρές από τα μεγαλύτερα παγκόσμια δίκτυα όπως FOX, FOX life μαζί με επιπλέον ψυχαγωγικά κανάλια όπως το Food Network
- Παιδικά προγράμματα από κανάλια που αγαπούν μικροί και μεγάλοι: Disney, Disney Junior, Disney XD, nickelodeon, SMILE, Baby TV
- Εντυπωσιακά ντοκιμαντέρ με μοναδικές παραγωγές: National Geographic, Nat Geo WILD, travel channel, ViaSat History, ViaSat Nature, ViaSat Explore, CBS reality, History, CRIME+ INVESTIGATION, RT DOCS
- Δημοφιλή μουσικά κανάλια από όλο τον κόσμο: MTV LIVE HD, VH1, MTV ROCKS, MTV HITS, STINGRAY LITE, STINGRAY VIBE, STINGRAY LOUD, STINGRAY JUICEBOX, DJAZZ, iConcerts, CMUSIC, CLASSICA, STINGRAY AMBIENCE
- Hot lifestyle κανάλια Fashion TV, World Fashion, LUXE.TV

- Σημαντικά ειδησεογραφικά δίκτυα του κόσμου Bloomberg TV, Euronews (Eng), Sky News, CNBC, BBC World News, Deutsche Welle, Rai 1, France 24, TV5 Monde, TVE, RT, Aljazeera, CGTN, NHK World,
- Αθλητικά για όλα τα ενδιαφέροντα Extreme sports, motor VISION, GINX, Nautical channel, Outdoor channel.

Επιπλέον, τα ελληνικά κανάλια εθνικής ή περιφερειακής εμβέλειας, γίνονται διαθέσιμα στο ίδιο περιβάλλον πλοήγησης με εμπλουτισμένο οδηγό προγράμματος με εικόνες και πληροφορίες ανά πρόγραμμα (Wind.gr, 2020).

Η Vodafone TV μπαίνει δυναμικά στο παιχνίδι από το 2020 αγοράζοντας τα δικαιώματα ταινιών από την HBO καθώς και από 60 νέα κανάλια διπλασιάζοντας το πρόγραμμα της. γίνεται το «Σπίτι της HBO» στη χώρα μας, προσφέροντας στους συνδρομητές του δωρεάν πρόσβαση στις κλασικές πολυαγαπημένες και βραβευμένες σειρές που άλλαξαν την ιστορία της τηλεόρασης, αλλά και σε όλες τις νέες επιτυχίες της HBO, οι οποίες θα προβάλλονται αποκλειστικά στο Vodafone TV και σε α' προβολή.

Επιπλέον, το Vodafone TV εγκαινιάζει την εμπορική του διάθεση σε όλους τους καταναλωτές, ανεξαρτήτως δικτύων και τεχνολογιών. Και παρουσιάζει το επόμενο βήμα στην παροχή περιεχομένου, απαντώντας στην ανάγκη του σύγχρονου θεατή να διατηρεί παράλληλα πολλαπλές συνδρομές, προκειμένου να απολαμβάνει το αγαπημένο του τηλεοπτικό περιεχόμενο με όλα όσα θέλει και χρειάζεται, όποια στιγμή και από οποιαδήποτε συσκευή τα θέλει.

Η HBO (Home Box Office) είναι μια από τις πιο καινοτόμες και δημοφιλείς εταιρείες στον κόσμο και η παλαιότερη και πιο επιτυχημένη υπηρεσία συνδρομητικής τηλεόρασης και κατέκτησε μέσα στα χρόνια την κορυφή του περιεχομένου ψυχαγωγίας και εξελίχθηκε στο σπίτι των πιο πολυσυζητημένων & ποιοτικών shows παγκοσμίως, με τους μεγαλύτερους stars να μεταπηδούν από το Χόλυγουντ στις σειρές της.

Όλοι οι συνδρομητές του Vodafone TV μπορούν πλέον να απολαύσουν το πρόγραμμα της HBO, που περιλαμβάνει τις πιο πολυβραβευμένες, λατρεμένες σειρές

διεθνώς, όπως Game of Thrones, The Sopranos, Sex and the City, Girls, Boardwalk Empire, αλλά και τις πιο δημοφιλείς και συναρπαστικές σειρές που άλλαξαν και εξακολουθούν να διαμορφώνουν την ιστορία του περιεχομένου ψυχαγωγίας, όπως Westworld, Euphoria, Sharp Objects, The Night Of, True Detective κ.α.

Παράλληλα, κάθε μήνα, ο ανεξάντλητος On Demand κατάλογος του Vodafone TV θα υποδέχεται αποκλειστικά στην Ελλάδα τις πολυαναμενόμενες σειρές της HBO, όπως το The Outsider με τον Ben Mendelsohn και τον Jason Bateman, το Avenue 5 με τον αγαπημένο Hugh Laurie σε κωμικά διαγαλαξιακά ταξίδια, το βασισμένο στο δημοφιλές, ομώνυμο μυθιστόρημα του Philip Roth The Plot Against America με τον John Turturro και τη Winona Ryder, το The Undoing της Susanne Bier με τη Nicole Kidman και τον Hugh Grant που αναμένεται να μονοπωλήσει τα μελλοντικά βραβεία, αλλά και πολλές ακόμη εκπλήξεις, λίγες μόλις ώρες μετά την επίσημη πρεμιέρα τους στην Αμερική.

Και φυσικά οι εκπλήξεις δεν σταματούν εκεί, καθώς οι μίνι σειρές, τα ντοκιμαντέρ, οι ταινίες, τα docu-series και όλο το περιεχόμενο της HBO θα ενημερώνεται συνεχώς με νέες ανατρεπτικές προτάσεις, στην ειδική On Demand κατηγορία του Vodafone TV.

Ο μεγαλύτερος On Demand κατάλογος περιεχομένου της ελληνικής αγοράς ενισχύεται ακόμη περισσότερο. Το Vodafone TV εμπλουτίζεται με περισσότερες επιλογές από μια τεράστια γκάμα βραβευμένου, πολυσυζητημένου και ανατρεπτικού περιεχομένου και γίνεται το αποκλειστικό Σπίτι της HBO στην Ελλάδα, με απεριόριστες επιλογές σε σειρές, ταινίες, ντοκιμαντέρ, ψυχαγωγικές εκπομπές και όχι μόνο. Μέσα από την αποκλειστική μας συνεργασία με την HBO, υλοποιούμε τη στρατηγική μας για μια σύγχρονη υπηρεσία περιεχομένου για να απολαμβάνει κανείς ό,τι θέλει, όποια στιγμή κι από οποιαδήποτε συσκευή θέλει.

Η Vodafone ανακοινώνει την εμπορική διάθεση του Vodafone TV σε όλους τους καταναλωτές, ανεξαρτήτως δικτύων και τεχνολογιών. Έτσι, οι πελάτες όλων των δικτύων τηλεπικοινωνιών της Ελλάδας θα μπορούν να απολαμβάνουν το ανανεωμένο Vodafone TV, μέσω μίας ενιαίας υπηρεσίας, που διατίθεται με ευέλικτο κι εύκολο τρόπο. Μάλιστα, η τιμή της υπηρεσίας διατηρείται σταθερή στα 9,40 ευρώ ανά μήνα, στην οποία περιλαμβάνεται και ο αποκωδικοποιητής, προκειμένου όλοι οι

καταναλωτές να έχουν πρόσβαση, στο νέο αναβαθμισμένο περιεχόμενο του Vodafone TV.

Και εγκαινιάζει αυτήν τη νέα εποχή, ξεκινώντας από την πρωτοποριακή πλατφόρμα περιεχομένου Amazon Prime Video, η οποία καθίσταται διαθέσιμη μέσα από το Vodafone TV. Παράλληλα, το Vodafone TV προσφέρει το ειδικό μενού Vodafone TV Kids, με περιβάλλον και περιεχόμενο ειδικά σχεδιασμένο για παιδιά, καθώς και με πρωτοποριακές δυνατότητες γονικού ελέγχου. Μάλιστα, σύντομα το Vodafone TV θα γίνει διαθέσιμο και μέσω Smart TV App (Vodafone.gr, 2020).

Η συνδρομητική τηλεόραση του ΟΤΕ εισήγαγε ιδιαίτερα ελκυστικές τιμές ,σε συνδυασμό με πλούσιο & ποιοτικό περιεχόμενο, αλλάζοντας τη τις νέες αυτές αλλαγές και προτιμήσεις των καταναλωτών, ο ΟΤΕ προβλέπει ισχυρό ανταγωνισμό και υψηλή ποιότητα. Η συνδρομητική τηλεόραση στην Ελλάδα, μια χώρα με παραδοσιακά χαμηλά ποσοστά διείσδυσης στη συγκεκριμένη αγορά, έχει ήδη αναπτυχθεί δυναμικά με τη στροφή των Ελλήνων καταναλωτών προς την ποιοτική ψυχαγωγία στο σπίτι (home entertainment) όσο και στην ενίσχυση του ανταγωνισμού στην αγορά της συνδρομητικής τηλεόρασης με την σχέση ποιότητας-τιμής στην αγορά. Τόσο η ύφεση, όσο και η αναζήτηση από πλευράς τηλεθεατών ποιοτικών προγραμμάτων και περιεχομένου υψηλών προδιαγραφών -πάντα σε ανταγωνιστικές τιμές- αναμένεται να επιταχύνουν την ανάπτυξη της αγοράς συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.

Το Netflix αποδείχτηκε ο μεγάλος νικητής στην Ελλάδα την περίοδο της καραντίνας, με ρεκόρ νέων συνδρομητών, ενώ ήδη ο ανταγωνισμός με άλλες streaming πλατφόρμες (Disney+, Apple TV+, Hulu, Amazon Prime, HBO Max) είναι πολύ μεγάλος. Ελπίζουμε όλα αυτά να γίνονται για το καλό των τηλεθεατών και της ποιότητας των νέων προγραμμάτων και υπηρεσιών που προσφέρονται. ον Ιούνιο, αρκετές αγαπημένες σειρές επιστρέφουν με νέες σεζόν («Σκοτάδι», «Δεκατρία Γιατί», «Μαρτσέλα», «Μια πιο Τρελή Οικογένεια»), ενώ με περιέργεια αναμένουμε τη νέα κωμωδία με τον Γουίλ Φέρελ με τίτλο «Διαγωνισμός Τραγουδιού Eurovision: Η Ιστορία των Fire Saga». Ναι, ο Γουίλ Φέρελ θα πάρει μέρος στον διαγωνισμό τραγουδιού της Eurovision. Πολλές νέες πρωτότυπες σειρές, ταινίες και ντοκιμαντέρ έρχονται στο Netflix το δεύτερο μισό του 2020 (Supereverything.gr, 2020).

Μια νέα δυνατότητα προσφέρει στους συνδρομητές της η WIND VISION προσθέτοντας τα κανάλια Novasports στο πλούσιο περιεχόμενο της εφαρμογής WIND VISION για φορητές συσκευές.

Πρόκειται για μία ολοκαίνουρια δυνατότητα της εφαρμογής, μέσα από την οποία οι συνδρομητές μπορούν να επιλέξουν ένα smartphone ή ένα tablet από το οποίο θα παρακολουθούν τους αγώνες της Euroleague και τους αγώνες της Superleague που καλύπτονται από τα κανάλια Novasports, καθώς και όλο περιεχόμενο των αθλητικών καναλιών. Το μόνο που χρειάζεται ένας συνδρομητής της WIND VISION για να παρακολουθήσει το αθλητικό υπερθέαμα από το smartphone ή το tablet του, είναι σύνδεση σε οποιοδήποτε δίκτυο Wi – Fi (Wind.gr, 2020).

Οι συνδρομητές της COSMOTE TV απολαμβάνουν πλούσιο αθλητικό περιεχόμενο με περισσότερες από 40 κορυφαίες διοργανώσεις σε ποδόσφαιρο, μπάσκετ, τένις, βόλεϊ, μηχανοκίνητα, πυγμαχία και χάντμπολ, αλλά και ποιοτική κάλυψη από τη δημοσιογραφική ομάδα. Στο ποδόσφαιρο, εκτός από τα κορυφαία ευρωπαϊκά πρωταθλήματα Premier League, LaLiga Santander, Bundesliga, Bundesliga 2 και Liga NOS, οι συνδρομητές της COSMOTE TV θα παρακολουθήσουν σε αποκλειστικότητα τις διασυλλογικές οργανώσεις UEFA Champions League και UEFA Europa League με έμφαση στον εκπρόσωπο της Ελλάδας, Ολυμπιακό. Παράλληλα, στην COSMOTE TV θα συνεχίσουν να φιλοξενούνται και φέτος οι διοργανώσεις που κρίνουν τη συμμετοχή των εθνικών ομάδων σε πανευρωπαϊκά και παγκόσμια πρωταθλήματα, το UEFA European Qualifiers και το UEFA Nations League που επιστρέφει στα γήπεδα τον Σεπτέμβριο του 2020.

Στο μπάσκετ, το θεαματικότερο πρωτάθλημα του πλανήτη, NBA, επιστρέφει τον Οκτώβριο αποκλειστικά στα κανάλια COSMOTE SPORT, όπου οι συνδρομητές θα μπορούν να απολαύσουν τους καλύτερους παίκτες μπάσκετ του κόσμου, καθώς και τα κατορθώματα του MVP Γιάννη Αντετοκούνμπο που πλέον θα έχει συμπαίκτη τον αδελφό του Θανάση, στους Μπακς. Το αθλητικό πρόγραμμα της COSMOTE TV περιλαμβάνει και το WNBA, το οποίο βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη. Παράλληλα, τα Σαββατοκύριακα τη σκυτάλη θα παίρνουν οι ζωντανές μεταδόσεις των καλύτερων αγώνων από τις κορυφαίες ευρωπαϊκές λίγκες και πιο συγκεκριμένα από την ACB Liga Endesa, την Turkish Basketball League και τη VTB United League. Μεταξύ άλλων, οι τηλεθεατές θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν και την πορεία

των Ελλήνων διεθνών Νίκου Ζήση (Μπανταλόνα), Βαγγέλη Μάντζαρη (Ούνικς Καζάν), Κώστα Βασιλειάδη (Ομπραντόρο), Κώστα Σλούκα (Φενέρμπαχτσε) και του προπονητή της πρωταθλήτριας Ευρώπης και VTB, ΤΣΣΚΑ Μόσχας, Δημήτρη Ιτούδη. Τη νέα σεζόν, θα μεταδοθούν αποκλειστικά από τα κανάλια COSMOTE SPORT και οι ευρωπαϊκοί εντός έδρας αγώνες της γυναικείας ομάδας μπάσκετ του Ολυμπιακού. Στη δική μας Basket League το ενδιαφέρον στρέφεται στους εντός έδρας αγώνες του Παναθηναϊκού ΟΠΑΠ και της ΑΕΚ, που έχει εξασφαλίσει σε αποκλειστικότητα για τους συνδρομητές της η COSMOTE TV (Supereverything.gr, 2020).

Η δράση συνεχίζεται στις μεγαλύτερες διοργανώσεις μηχανοκίνητου αθλητισμού (Formula 1, MotoGP, WRC, NASCAR Cup Series), στα σπουδαία τουρνουά τένις με τη συμμετοχή των Ελλήνων πρωταθλητών, Στέφανου Τσιτσιπά και Μαρίας Σάκκαρη (Nitto ATP World Tour Finals, Next Gen ATP Finals, ATP Masters 1000, ATP 500, Davis & Fed Cup), επιλεγμένα τουρνουά της σειράς ATP250 και WTA), αλλά και στις δημοφιλείς διοργανώσεις τένις της Ελληνικής Φίλαθλης Ομοσπονδίας Αντισφαίρισης (ΕΦΟΑ).

Στο αθλητικό πρόγραμμα της COSMOTE TV ανήκουν, επίσης, πολυαναμενόμενοι αγώνες πυγμαχίας, οι σημαντικότερες συναντήσεις στα οκτάγωνα του UFC (Ultimate Fighting Championship), καθώς και οι κορυφαίες διοργανώσεις βόλεϊ CEV Champions League, επιλεγμένες εντός έδρας αναμετρήσεις των ελληνικών ομάδων σε CEV Cup & CEV Challenge Cup και το Ιταλικό πρωτάθλημα γυναικών Ιταλίας Lega Pallavolo Serie A Femminile. Τέλος, τη νέα σεζόν υπάρχει ενδιαφέρον και για τους λάτρεις του χάντμπολ, οι οποίοι θα παρακολουθήσουν σε αποκλειστικότητα το EHF Champions League και την Bundesliga Handball.

Πάνω από 10 αθλητικές εκπομπές στα κανάλια COSMOTE SPORT

Τη νέα σεζόν οι συνδρομητές θα συντονιστούν στα κανάλια COSMOTE SPORT για να παρακολουθήσουν μέσα από τις αθλητικές εκπομπές της COSMOTE TV πλούσιο ρεπορτάζ και αναλύσεις από τις μεγαλύτερες αθλητικές διοργανώσεις.

Στο ποδόσφαιρο οι εκπομπές UEFA Champions League Show (Τρίτη & Τετάρτη 18.00 και 00.00, COSMOTE SPORT 1HD), UEFA Champions League Λεπτό προς Λεπτό (Τρίτη & Τετάρτη 19.55 και 22.00, COSMOTE SPORT 1HD), UEFA Europa

League Show (Πέμπτη 19.00 και 00.00, COSMOTE SPORT 1HD), UEFA Europa League Λεπτό προς Λεπτό (Πέμπτη 19.55 και 22.00, COSMOTE SPORT 1HD) μεταφέρουν όλο το παρασκήνιο και τις λεπτομέρειες των αγώνων των κορυφαίων διασυλλογικών οργανώσεων ποδοσφαίρου, ενώ η εκπομπή European Qualifiers Show όλα τα στιγμιότυπα και την ανάλυση των φάσεων όλων των αγώνων της διοργάνωσης, καθώς και τη μάχη της Εθνικής μας ομάδας για μια θέση στο Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου. Παράλληλα, το SPORTSHOW (Σάββατο 13.00, Κυριακή 22.30, Δευτέρα 21.00, COSMOTE SPORT 1HD) θα συνεχίσει και φέτος να προσφέρει πλήρη ενημέρωση για όλα τα ματς της αγωνιστικής σε Premier League, LaLiga Santander, Bundesliga και Liga NOS, αλλά και για τένις, Formula 1, Moto GP και WRC. Επίσης, κάθε Σάββατο στις 16.30 (COSMOTE SPORT 1HD) η νέα εκπομπή SPORTSHOW LIVE ACTION θα μεταφέρει ζωντανά την εξέλιξη των κορυφαίων ευρωπαϊκών πρωταθλημάτων ποδοσφαίρου, αλλά και όλα όσα συμβαίνουν σε μπάσκετ, τένις και μηχανοκίνητο αθλητισμό (Cosmote.gr, 2020).

Η πλατφόρμα της NOVA προσφέρει την προβολή αγώνων ποδοσφαίρου του Ελληνικού Πρωταθλήματος μεγάλων ελληνικών ομάδων (Α.Ε.Κ., Ολυμπιακός, Πανιώνιος, Αστέρης Τρίπολης, ΠΑΣ Γιάννινα, Α.Ε.Λ., Ο.Φ.Η., Λεβαδειακός), του Ιταλικού Πρωταθλήματος, του Γαλλικού Πρωταθλήματος Ligue 1, του Ολλανδικού Πρωταθλήματος (Eredivisie), του Σουηδικού καθώς και του Αυστριακού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου. Ακόμη, προσφέρονται αγώνες μπάσκετ με όλους τους αγώνες της Euroleague αλλά και του Final Four ως το 2020 (Novasports.gr, 2020).

Το Netflix έχει αλλάξει πολύ από τότε που ξεκίνησε πριν από 20 χρόνια και επίσης άλλαξε και τον τρόπο με τον οποίο ζωντανεύουν οι ιστορίες επί της οθόνης. Καθώς το Netflix εξελίχθηκε σε παγκόσμια παραγωγός ψυχαγωγίας, έχουμε επιφορτιστεί την ευθύνη ολόκληρης της διαδικασίας δημιουργίας μιας ιστορίας που θα προβληθεί στην οθόνη. Η παραγωγή είναι μια σύνθετη και εξελιγμένη διαδικασία, η οποία όμως δεν έχει αξιοποιήσει την τεχνολογία στον ίδιο βαθμό με άλλους κλάδους, ώστε να προάγει την καινοτομία, τη συνεργασία και την επικοινωνία. Στο Netflix, αντιμετωπίζεται ως μοναδική πρόκληση η παραγωγή σειρών και ταινιών σε δεκάδες χώρες παγκοσμίως και σε συνεχώς αυξανόμενη κλίμακα - με δεκάδες χιλιάδες προσωπικό παραγωγής να ασχολείται με τη δημιουργία ψυχαγωγίας για τη Netflix

και εκ μέρους της. Τα τελευταία δύο έτη, μελετάται αυτό το πρόβλημα και διαμορφώνεται το περιβάλλον για την ανάπτυξη νέων ευκαιριών (Supereverything.gr, 2020).

Σε αυτήν την προσπάθεια, ένα σημείο στο οποίο εστιάζεται είναι η πρωτοβουλία Prodicle. Στο επίκεντρό του, το Prodicle προσφέρει μια ποικιλία τεχνολογιών εφαρμογής παραγωγής στους ανεξάρτητους συντελεστές παραγωγής. Με τη δημιουργία αυτού του περιβάλλοντος υποδομής, αξιοποιούνται οι υπάρχουσες τεχνολογίες (όπως το G-Suite της Google) για τη συνεργασία με τις παραγωγές μας σε πραγματικό χρόνο. Επιπλέον, εισάγονται νέες τεχνολογίες που αναδιαμορφώνουν τις θεμελιώδεις αρχές του σχεδιασμού και της διοικητικής υποστήριξης της παραγωγής. Για παράδειγμα, δείτε την πρώτη προοδευτική εφαρμογή ιστού μας που ονομάζεται Prodicle Move (Novacinema.gr, 2020).

Το Move έχει σχεδιαστεί για να απαντήσει σε μια απλή ερώτηση: "Τι συμβαίνει στο πλατό αυτήν τη στιγμή;". Οι πληροφορίες αυτές δύνανται να είναι διαθέσιμες σε κάθε χρήστη, μέσω μια εφαρμογής για κινητές συσκευές που επισημαίνει τις σημαντικές πληροφορίες των γυρισμάτων. Από μόνο του δεν αποτελεί μια πρωτοποριακή έννοια, αλλά οι προοπτικές της δυνατότητας να συγκεντρώνονται σε πραγματικό χρόνο όλες τις πληροφορίες που κάποτε βρίσκονταν σε email και αρχεία PDF, προσφέρονται απεριόριστες δυνατότητες αποδοτικότητας σε όλο το φάσμα της παραγωγής και στο στούντιο.

Εδώ και αρκετούς μήνες δοκιμάζεται το Move σε μερικές από τις μεγαλύτερες παραγωγές μας. Μέσα σε λίγες εβδομάδες δοκιμών του λογισμικού και της συγκέντρωσης σχολίων περί αυτού, οι ευέλικτες ομάδες μηχανικών δύνανται να μετατρέψουν αυτά τα σχόλια σε νέες δυνατότητες, οι οποίες δημιούργησαν μια εύρωστη βάση ανταλλαγής απόψεων για την ανάπτυξη. Είναι η ιδανική συνεργασία από την οποία αναπτύσσονται και δημιουργούνται νέες δυνατότητες.

Παραδοσιακά, η δημιουργία ταινιών χαρακτηρίζεται από επίπονη και σύνθετη εργασία, η οποία δεν γίνεται πάντα με αποτελεσματικό τρόπο. Για τις παραγωγές που περιλαμβάνουν γυρίσματα σε πολλές τοποθεσίες παγκοσμίως, αυτό προσθέτει ένα επιπλέον επίπεδο χάους που περιλαμβάνει ταξίδια, διαφορετικές ζώνες ώρας, πολυπολιτισμικές επιχειρηματικές πρακτικές κ.λπ. Αυτή η ανάγκη για ευελιξία

προσφέρει απεριόριστη δημιουργική ελευθερία αλλά, παράλληλα, επιβαρύνει την παραγωγή με οργανωτικές διαδικασίες που συνεχώς αυξάνονται. Η δημιουργία ταινιών είναι μια μορφή τέχνης που πρέπει να ενθαρρύνεται και να διατηρείται, ενώ η βελτίωση των λειτουργικών στοιχείων που υποστηρίζουν αυτήν την τέχνη είναι ένα σημαντικό μέρος αυτής της προσπάθειας. Γιατί; Επειδή μειώνει την επιβάρυνση των λειτουργικών διαδικασιών και ενισχύει τους συντελεστές μας, έτσι ώστε να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στο δημιουργικό κομμάτι (Novacinema.gr, 2020).

Πολλές από τις στοιχειώδεις διαδικασίες κάθε επιχείρησης επικρατούν και στο χώρο της παραγωγής. Η διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, οι σχέσεις εγκαταστάσεων/προμηθευτών, ο σχεδιασμός και η διοικητική υποστήριξη, η παγκόσμια επικοινωνία και η ασφάλεια αποτελούν θεμελιώδεις επιχειρηματικές ανάγκες, οι οποίες συμπεριλαμβάνονται στις δραστηριότητες δημιουργίας περιεχομένου. Δυστυχώς, εξαιτίας της πολυπλοκότητας του περιβάλλοντος παραγωγής, αυτές οι ανάγκες δεν έχουν καλυφθεί πλήρως από τη σύγχρονη τεχνολογία. Έχοντας αναγνωρίσει την ανάγκη, πολλές εταιρείες λογισμικού έχουν προσπαθήσει να λύσουν το πρόβλημα για την αγορά της παραγωγής. Ωστόσο, αυτές οι λύσεις δεν είναι αρκετά ισχυρές ή ευέλικτες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες όλων των μεταβλητών του περιεχομένου μας. Στη Netflix, τα επιθυμητά πλεονεκτήματα που προσφέρει το λογισμικό γίνονται πλέον απαραίτητα στην επιθυμητή κλίμακα. Σκοπός είναι η υποστήριξη της ανάπτυξη λογισμικού σε αυτήν την απαιτητική αλλά απαραίτητη αλλαγή.

Σκοπός είναι η υποστήριξη τριών βασικών πρωτοβουλιών για το προσωπικό: το χρόνο, την ενίσχυση και την επίδραση. Χρόνος: το προσωπικό νόμισμα. Ενίσχυση: η αίσθηση της σημαντικής συνεισφοράς. Επίδραση: τα αποτελέσματα αυτής της συνεισφοράς σε αποδοτικό χρόνο.

Εστιάζεται η αξιοποίηση της ισχύος της τεχνολογίας, ώστε να ενισχυθούν οι δημιουργικοί συνεργάτες και να καταργηθούν οι τακτικές επιβαρύνσεις στη διαχείριση των παραγωγών σε κλίμακα για τους καλλιτέχνες και συντελεστές. Η ενίσχυση των ατόμων έτσι ώστε βγάζουν τον καλύτερο εαυτό τους σε ένα έργο του Netflix είναι κάτι υποστηρίζεται με πάθος και πιστεύεται ότι η τεχνολογία, σε

συνδυασμό με τους εκπληκτικούς δημιουργικούς συνεργάτες μας, θα βοηθήσει να επιτευχθεί ο στόχος (Novacinema.gr, 2020).

Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζονται είναι πολλές. Η εφαρμογή δεν θα είναι εύκολη σε ένα περιβάλλον που στηρίζεται σε αναχρονιστικές εξαρτήσεις. Πιστεύεται ότι η επιτυχία εξαρτάται από την εύρεση και ανάπτυξη λύσεων που θα ωφελήσουν εξίσου τα περιβάλλοντα της παραγωγής και του στούντιο. Το κλειδί είναι η συνεργασία μεταξύ της Netflix, της κοινότητας τεχνολογίας και της κοινότητας παραγωγής ψυχαγωγίας.

Η COSMOTE TV με την νέα υπηρεσία Over The Top (OTT) έρχεται να αλλάξει ριζικά την εμπειρία θέασης περιεχομένου. Βασίζεται στην τεχνολογική πλατφόρμα της Comcast με νέο μενού και περιβάλλον χρήσης, για κοινή εμπειρία σε όλες τις οθόνες (TV, tablets, smartphones, PC) και συνδυάζει το ζωντανό πρόγραμμα των linear καναλιών με το on demand περιεχόμενο, κάνοντας στον χρήστη προτάσεις που ταιριάζουν καλύτερα στις προτιμήσεις και τις συνήθειές του.

Οι δύο υπηρεσίες, COSMOTE TV GO & COSMOTE TV App θα λειτουργούν παράλληλα έως ότου ολοκληρωθεί η μετάβαση (migration) των πελατών της συμπληρωματικής υπηρεσίας COSMOTE TV GO στην νέα πλατφόρμα οπότε τα παλιά applications και website να κλείσουν. Μέχρι τότε, ένας υφιστάμενος συνδρομητής δορυφορικής ή IPTV σύνδεσης θα έχει δωρεάν πρόσβαση στην υφιστάμενη υπηρεσία COSMOTE TV GO. Εάν επιθυμεί να αποκτήσει πρόσβαση στο νέο App αυτό μπορεί να γίνει με την αγορά επιπρόσθετης συνδρομής (π.χ. mini-pack). Οι νέοι συνδρομητές COSMOTE TV OTT θα έχουν πρόσβαση μόνο στο νέο App.

Μετά την αντικατάσταση του COSMOTE TV GO από το νέο COSMOTE TV App οι κάτοχοι δορυφορικών/IPTV συνδρομών θα έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τα COSMOTE Sport κανάλια ταυτόχρονα σε δύο συσκευές, δηλ. μέσω του Hybrid/IPTV αποκωδικοποιητή τους και μέσω του COSMOTE TV App στο κινητό, tablet, PC, Smart TV τους. Το COSMOTE TV GO θα καταργηθεί στο Q1/2020 και ουσιαστικά οι πελάτες αντί των παλαιών application (COSMOTE TV GO) θα χρησιμοποιούν τα νέα (COSMOTE TV) (Cosmote.gr, 2020).

Το νέο Vodafone TV θα προσφέρει πρωτοποριακές λειτουργίες, όπως η δυνατότητα πρόσβασης σε περιεχόμενο από όλους και από παντού χωρίς περιορισμούς, με ταυτόχρονη θέαση από διαφορετικές συσκευές. Χάρη στη χρήση τεχνολογιών cloud, το νέο Vodafone TV θα προσφέρει μοναδικές λειτουργίες και στα live προγράμματα με τη δυνατότητα επανάληψης έως και για μία εβδομάδα, αλλά και εγγραφής τηλεοπτικού περιεχομένου διάρκειας έως και 100 ωρών για διάστημα 90 ημερών ώστε κανείς να μην χάνει στιγμή από τα αγαπημένα του προγράμματα, όποια συσκευή κι αν χρησιμοποιεί.

Επίσης, το νέο Vodafone TV θα διαθέτει τον μεγαλύτερο κατάλογο για offline παρακολούθηση τηλεοπτικού περιεχομένου, ακόμα και χωρίς σύνδεση, απογειώνοντας την on demand εμπειρία, ενώ θα περιλαμβάνει μοναδικές δυνατότητες, φιλικές προς τον χρήστη, όπως η αυτόματη μετάβαση στο επόμενο επεισόδιο. Τέλος, μέσα από τον νέο αποκωδικοποιητή, αλλά και την κινητή εφαρμογή για smartphones και tablets (Android/iOS) δύο μέλη της οικογένειας θα μπορούν να απολαμβάνουν ταυτόχρονα το Vodafone TV σε όποια συσκευή θέλουν, μέσα ή έξω από το σπίτι.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις της Wind Vision είναι μοναδικές και την κάνουν να ξεχωρίζει στην ελληνική αγορά συνδρομητικής τηλεόρασης:

- μέσα από ένα ενιαίο περιβάλλον πλοήγησης και με τη χρήση ενός και μόνο απλού τηλεκοντρόλ να δίνει πρόσβαση σε όλο το περιεχόμενο
- έχει δυνατότητα αναπαραγωγής περιεχομένου σε ανάλυση 4K και τεχνολογία
- απελευθερώνει τον θεατή από τον περιορισμό της μίας οθόνης καθώς προσφέρει ταυτόχρονη παρακολούθηση διαφορετικού περιεχομένου από την τηλεόραση, το smartphone και το tablet όποτε και όπου θέλει ο χρήστης. Η multiscreen εμπειρία είναι διαθέσιμη σε όλους τους συνδρομητές Wind Vision, απλά κατεβάζοντας την εφαρμογή WIND VISION στο tablet / smartphone
- υποστηρίζει την θέαση on demand μέσα από νέες λειτουργίες όπως:

Catch up: ο συνδρομητής μπορεί να παρακολουθήσει τα αγαπημένα του πρόγραμμα μέχρι και 7 ημέρες από την αρχική τους προβολή.

Επανεκκίνηση ζωντανού προγράμματος: Αν χάσει ο θεατής την αρχή του προγράμματός μπορεί να πατήσει επανεκκίνηση και να το δει από την αρχή.

- μετατρέπει το smartphone σε τηλεχειριστήριο

- έχει δυνατότητα σύνδεσης εξωτερικών συσκευών είτε μέσω USB θύραζείτε με 9Bluetooth, όπως gamepad για παιχνίδια, ασύρματα ηχεία ή ασύρματα ακουστικά
- διαθέτει αναβαθμισμένο οδηγό προγράμματος με 3 διαφορετικούς τρόπους περιήγησης στα προγράμματα των καναλιών.

Το Netflix Inc. ανακοίνωσε σχέδια συγκέντρωσης 2 δισ. δολαρίων μέσω προσφοράς ομολόγων σε ευρώ και δολάριο σε θεσμικούς αγοραστές, προκειμένου να χρηματοδοτήσει πρωτότυπα σόου, να αποκτήσει νέο περιεχόμενο ή ακόμα και για μελλοντικές εξαγορές.

Ο κολοσσός του streaming video δήλωσε ότι το επιτόκιο και η ωρίμανση των ομολόγων θα προσδιοριστούν αργότερα, μετά από διαπραγματεύσεις με όσους τοποθετήσουν κεφάλαια σε αυτά.

Η Netflix, η οποία σχεδιάζει να δαπανήσει φέτος περισσότερα από 8 δισ. δολάρια στο ψυχαγωγικό της πρόγραμμα, παρουσίασε την περασμένη εβδομάδα τα αποτελέσματα του τρίτου τριμήνου με ρεκόρ νέων συνδρομητών, αφού η επένδυση στα πρωτότυπα σόου προσέελκυσε περισσότερους πελάτες στο και καθιέρωσε τους επενδυτές (Supereverything.gr, 2020).

Η πολυετής προσπάθεια εξυγίανσης του τηλεπικοινωνιακού ομίλου η οποία ξεκίνησε το 2017, τελεσφόρησε μέσα στην εβδομάδα με την υπογραφή της συμφωνίας με τον βρετανικό όμιλο και θα χαρίσει στη Forthnet κεφαλαιακή επάρκεια και τεχνογνωσία

Νέα δεδομένα στην εγχώρια τηλεπικοινωνιακή σκηνή αναμένεται να φέρει η πώληση της Forthnet στην United Group του ομίλου BC Partners με τα σενάρια να είναι ανοιχτά και τις εξελίξεις να δρομολογούνται αργά αλλά σταθερά.

Η πολυετής προσπάθεια εξυγίανσης του τηλεπικοινωνιακού ομίλου η οποία ξεκίνησε το 2017, πέρασε από πολλά κύματα και πολλούς ενδιαφερόμενους και τελεσφόρησε μέσα στην εβδομάδα με την υπογραφή της συμφωνίας με τον βρετανικό όμιλο, θα χαρίσει στη Forthnet κεφαλαιακή επάρκεια και τεχνογνωσία, δύο τομείς που θα μπορούσαν δυνητικά να φέρουν αλλαγές στο σύνολο του κλάδου, δρομολογώντας εξελίξεις.

Παρότι το deal της εξαγοράς των δανειακών υποχρεώσεων της Forthnet από τις τράπεζες έναντι 45 εκατ. ευρώ αναμένει ακόμα την έγκριση των αρμόδιων επιτροπών, κύκλοι της αγοράς αναφέρουν πως δεν θα υπάρξουν προσκόμματα και εντός του Φθινοπώρου θα έχει πλέον ολοκληρωθεί.

Ο νέος επενδυτής που τοποθετείται στην ελληνική αγορά μέσω της Forthnet κι όχι μέσω της Wind, για την οποία έχει δείξει αρχικά ενδιαφέρον – το fund μετείχε στον προ μηνών διαγωνισμό ο οποίος αναβλήθηκε - φαίνεται να προσπαθεί το τελευταίο διάστημα να επεκτείνει αλλά και ισχυροποιήσει την παρουσία του στα Βαλκάνια. Να θυμίσουμε ότι ο Νίκος Σταθόπουλος, πρόεδρος της United Group κι επικεφαλής των επενδύσεων της BC Partners σε τηλεπικοινωνίες και μέσα ενημέρωσης, πραγματοποίησε πέρυσι ακόμα δύο σημαντικές εξαγορές στην περιοχή των Βαλκανίων – την εξαγορά της Tele2 Croatia έναντι 220 εκατ. ευρώ και του βουλγαρικού παρόχου τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών Vivacom έναντι 1,2 δισ. ευρώ. Πλέον η United Group ως multi-play τηλεπικοινωνιακός και μιντιακός πάροχος της Νοτιοανατολικής Ευρώπης έχει ήδη παρουσία σε Σερβία, Σλοβακία, Κροατία, Βουλγαρία, Βοσνία, Μαυροβούνιο, Βόρειο Μακεδονία και Αλβανία, μέσω εταιρειών όπως η SBB, η Telemach, TotalTV κ.α ενώ προσφέρει τις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες της σε περισσότερα από 1,8 εκατ. νοικοκυριά (Forthnet.gr, 2020).

Οι αλλαγές που θα επέλθουν, όπως τονίζουν κύκλοι της αγοράς στο insider.gr, θα εξαρτηθούν από την στρατηγική που θα αποφασίσει να ακολουθήσει ο νέος μεγαλομέτοχος της εισηγμένης στο ελληνικό χρηματιστήριο εταιρείας. Την ώρα που η Forthnet ετοιμάζεται να δραστηριοποιηθεί ως εικονικός πάροχος και στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας μέσω της Vodafone, μια επιθετική στρατηγική προώθησης συνδυαστικών υπηρεσιών θα μπορούσε να φέρει ανακατατάξεις στα μερίδια αγοράς. Σημειωτέον ότι τα τελευταία χρόνια η ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας ελέγχεται από την Cosmote που ανήκει στον όμιλο Deutsche Telekom, την Vodafone που ανήκει στον όμιλο Vodafone και την Wind Greece, στην οποία συμμετέχουν θεσμικοί επενδυτές, με τα μερίδια αγοράς των παραπάνω να κινούνται περίπου στο 50%, 30% και 20% αντίστοιχα.

Πέρα από τα μερίδια βέβαια, ο τέταρτος πάροχος θα μπορούσε να ενισχύσει και τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα να ρίξει τις τιμές για τον τελικό καταναλωτή, όπως

τουλάχιστον ισχυρίζεται πρόσφατη έρευνα της Rewheel, την οποία αμφισβητούν βέβαια τόσο οι υφιστάμενοι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι όσο και η EETT.

Αν δε, η Forthnet εκμεταλλευτεί τη Nova και δρομολογήσει την απόκτηση πρόσθετων τηλεοπτικών δικαιωμάτων αθλητικών διοργανώσεων - μια αγορά που βρίσκεται υπό πίεση το τελευταίο διάστημα λόγω της πανδημίας του κορονοϊού - θα μπορούσαν να υπάρξουν ανακατάξεις και στο πολλά υποσχόμενο τοπίο της συνδρομητικής τηλεόρασης, στο οποίο επενδύουν όλο και περισσότεροι τα τελευταία χρόνια. Να θυμίσουμε ότι στο τέλος του 2019, η Nova διέθετε 892 χιλιάδες συνδρομές, 660 χιλ. μοναδικούς πελάτες και συνολικά 457 χιλιάδες συνδρομητές PayTV (NOVA) (Ηγουμενίδη, 2020).

Παράγοντας που θα καθορίσει τις εξελίξεις και θα συμβάλλει στην αναδιαμόρφωση του τοπίου είναι και η επόμενη ημέρα της Wind, το σενάριο πώλησης της οποίας φέρεται να τοποθετήθηκε στο «ράφι», όχι όμως και να εγκαταλείφθηκε. Δεδομένου ότι οι μέτοχοι είναι πρόθυμοι να πουλήσουν με το υψηλότερο δυνατό προσφερόμενο τίμημα, η υπόθεση της Wind θα μπορούσε ανά πάσα στιγμή να ανακινηθεί, ειδικά αν οι συνθήκες γίνουν ευνοϊκότερες, αν για παράδειγμα βελτιωθούν τα οικονομικά μεγέθη της και κανείς δεν αποκλείει το ενδεχόμενο μεταξύ των διεκδικητών να συγκαταλέγεται και η BC Partners. Ακόμα κι αν η αγοροπωλησία δεν έχει κάθετο χαρακτήρα – δηλαδή αν πουληθεί μέρος της Wind, σενάριο που δεν θεωρείται πιθανό – θα άλλαζε εντελώς το τοπίο στην αγορά, αφού το μερίδιο της νέας εταιρείας θα μπορούσε να φτάνει αυτό του δεύτερου μεγαλύτερου παρόχου της χώρας.

Το σίγουρο είναι ότι μετά την εξαγορά η Forthnet θα προσπαθήσει να αλλάξει το «status quo» της, τόσο στην τηλεόραση όσο και στις τηλεπικοινωνίες. Ωστόσο οι αλλαγές θα ξεκινήσουν δειλά προς το τέλος του έτους και τα σημαντικά αναμένονται να έρθουν από το 2021 και μετά (Forthnet.gr, 2020).

5. Συμπεράσματα

Καταληκτικά, η μελέτη αυτή αναφέρεται στην ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα. Η λειτουργία της τηλεόρασης ξεκίνησε πριν από εξήντα χρόνια και συνεχώς εξελίσσεται. Το σήμα μετατράπηκε από αναλογικό σε ψηφιακό την τελευταία δεκαετία. Είναι γεγονός ότι η συνδρομητική τηλεόραση αποτελεί την σύγχρονη εξέλιξη της παραδοσιακής τηλεόρασης, προσφέροντας προγράμματα υψηλού επιπέδου σε χαμηλές τιμές.

Πιο συγκεκριμένα, η δυνατότητα χρήσης του ψηφιακού σήματος συνέβαλε στην ενίσχυση της ποιότητας σε εικόνα και ήχο, στην προστασία από παρεμβολές σήματος καθώς και στη δυνατότητα χρήσης της υπηρεσίας video on demand, η οποία προσφέρει τη δυνατότητα μετατροπής του τηλεθεατή σε ενεργητικό δέκτη. Με αυτόν τον τρόπο, αναβαθμίστηκε η ποιότητα της τηλεόρασης και η εμπειρία του τηλεθεατή.

Παρόλο που η διείσδυση της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα βρίσκεται έως και σήμερα αρκετά χαμηλά σε σχέση με την αντίστοιχη σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, ο κλάδος της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα είναι αρκετά δημοφιλής από το τηλεοπτικό κοινό. Οι πλατφόρμες που παρέχουν τη δυνατότητα για θέαση επιπλέον τηλεοπτικών σταθμών πέραν των ελεύθερων καναλιών ολοένα αυξάνονται δημιουργώντας μια δυναμική αγορά γύρω από την δορυφορική τηλεόραση. Νέες πλατφόρμες εμφανίζονται από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα,

Όσο αφορά το κόστος των συνδρομητικών υπηρεσιών, οι τιμές που κοστολογούν οι εταιρείες τις υπηρεσίες τους και χρεώνουν τους συνδρομητές τους είναι παρόμοιες. Ο ανταγωνισμός, ο οποίος προκύπτει από την αύξηση της προσφοράς αλλά και από την είσοδο του Netflix στην Ελληνική αγορά συνδρομητικής τηλεόρασης, έχει μειώσει σημαντικά τις τιμές χρέωσης ανά μήνα. Το γεγονός αυτό καθιστά το σύνολο των συνδρομητικών τηλεοπτικών σταθμών στην Ελλάδα προσιτό από όλους τους τηλεθεατές ανεξαρτήτως της οικονομικής τους επιφάνειας.

Οι πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης αποτελούν επιχειρήσεις που εφαρμόζουν ανταγωνιστικές στρατηγικές και εξελίσσονται με βάση το πολιτικό επίπεδο, όπως την Επιτροπή Ανταγωνισμού και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), το οικονομικό επίπεδο, όπου η οικονομική κρίση προσέλκυσε τους συνδρομητές, που αντικατέστησαν άλλου είδους ψυχαγωγία (σινεμά, θέατρο) με την συνδρομητική

τηλεόραση. Επίσης, το κοινωνικοπολιτικό επίπεδο μεταβάλλεται με τους γρήγορους ρυθμούς ζωής, όπου η συνδρομητική τηλεόραση προσφέρει επιλογές σε όλες τις ώρες και μέρες, ενώ η τεχνολογική εξέλιξη διευκολύνει την πρόσβαση σε συνδρομητικές πλατφόρμες.

Η πολιτική διάσταση, γενικά, αναφέρεται στους νόμους, στους κυβερνητικούς φορείς και στις διάφορες ομάδες πίεσης που επηρεάζουν τις πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης, είτε άμεσα είτε έμμεσα. Ακόμη, η οικονομική διάσταση εστιάζει κυρίως στα οικονομικά μεγέθη της χώρας στην οποία δραστηριοποιούνται οι πλατφόρμες και στις γενικότερες οικονομικές εξελίξεις που λαμβάνουν χώρα και μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Ταυτόχρονα, το κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον αντιπροσωπεύει το σύνολο των αξιών, πιστεύω, ιδανικών και άλλων χαρακτηριστικών. Οι πλατφόρμες συνδρομητικής τηλεόρασης είναι σημαντικό να είναι ενήμερες για αυτά τα χαρακτηριστικά, γιατί μια μικρή απόκλιση από τα κοινωνικά και πολιτισμικά αποδεκτά δύναται να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα. Επίσης, η τεχνολογική διάσταση αφορά στις τεχνολογικές τάσεις και στα τεχνολογικά επιτεύγματα που λαμβάνουν χώρα έξω από την αγορά και έχουν σημαντική επίδραση στην επιχείρηση και στη στρατηγική της.

Με την ανάλυση λοιπόν του πολυδιάστατου και συνεχώς μεταβαλλόμενου μακρο-περιβάλλοντος των πλατφόρμων συνδρομητικής τηλεόρασης επιτυγχάνεται η εύρεση και η εκμετάλλευση πιθανών παρουσιαζόμενων ευκαιριών αλλά και η αποφυγή των πιθανών παρουσιαζόμενων απειλών. Επομένως, σκοπός της ανάλυσης του περιβάλλοντος αυτού είναι ο εντοπισμός των μεταβλητών κλειδιά που επηρεάζουν την επιχείρηση, δίνοντας της έτσι τη δυνατότητα να αντιδράσει άμεσα και ταχύτερα στις μεταβαλλόμενες εξωτερικές συνθήκες, ώστε να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της και να ισχυροποιήσει τη θέση της τόσο στην εγχώρια, όσο και στην παγκόσμια αγορά.

Με βάση τα στατιστικά στοιχεία των τελευταίων ετών, φαίνεται μια τάση αύξησης των συνδρομητών στις εταιρείες Vodafone, OTE και Netflix, ενώ το 2019 μειώθηκαν οι συνδρομητές της NOVA. Σημειώνεται δε ότι η καραντίνα λόγω πανδημίας, το πρώτο τετράμηνο του 2020 έφερε αύξηση των συνδρομητών σε όλες τις πλατφόρμες.

Πια αναλυτικά, στη πλατφόρμα της NOVA, μειώθηκαν οι συνδρομητές το 2019 στους 457.305 σε σχέση με τους 477.641 το 2018, λόγω αύξησης του ανταγωνισμού μεταξύ των συνδρομητικών πλατφόρμων. Ταυτόχρονα, στη πλατφόρμα του ΟΤΕ TV σημειώθηκε αύξηση των συνδρομητών και της τηλεθέασης που αποτυπώνεται στα έσοδα του α' τριμήνου 2020. Τα στατιστικά στοιχεία αναφέρουν πως η τηλεθέαση της Cosmote TV on demand αυξήθηκε κατά 70%. Το 2019 η Cosmote TV είχε εγγράψει 554.986 συνδρομητές, έναντι 541.907 στο τέλος του 2018. Στις υπηρεσίες τηλεόρασης, ο ΟΤΕ σημείωσε στο α' τρίμηνο καθαρές προσθήκες 2 χιλιάδων συνδρομητών. Στις 31 Μαρτίου 2020, ο συνολικός αριθμός των συνδρομητών COSMOTE TV ήταν 557 χιλιάδες, ενισχυμένος κατά 3,0% σε ετήσια βάση. Σε αντίθεση, δηλαδή με την πολιτική της NOVA, ο ΟΤΕ αξιοποιεί συνεχώς νέες υπηρεσίες, για να ενισχύσει το πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει στους συνδρομητές. Στη Vodafone, σημειώθηκαν κέρδη προ φόρων το 2018 κατά 6,7 % σε σχέση με το 2017, που ήταν μόλις 3,6 %. Όσον αφορά την οικονομική διάρθρωση, μειώθηκε το κυκλοφορούν ενεργητικό στο 25,8 % το 2018 έναντι 26 %, το 2017. Η γενική ρευστότητα μειώθηκε στο 117,7 % το 2018, σε σχέση με το 124,6 % το 2017. Αυτά τα οικονομικά μεγέθη δείχνουν μεν μια αύξηση των κερδών της Vodafone, αλλά και μια ήπια μείωση της ρευστότητας της εταιρείας, η οποία είναι επακόλουθο της αύξησης του τόσο του αριθμού, όσο και του ανταγωνισμού μεταξύ των συνδρομητικών πλατφόρμων.

Το Netflix πρόσθεσε 15,77 εκατομμύρια συνδρομητές, παγκοσμίως, το πρώτο τετράμηνο του 2020. Στο τέλος του 2019, η εταιρεία είχε πάνω από 167 εκατομμύρια συνδρομητές. Ταυτόχρονα, τα λειτουργικά έσοδα ανέρχονται στο 1 εκατομμύριο Ευρώ. Αυτή η αύξηση των εσόδων είναι αποτέλεσμα της καραντίνας λόγω πανδημίας.

Οι προοπτικές για ανάπτυξη της συνδρομητικής τηλεόρασης, στην Ελλάδα, φαίνεται να είναι θετικές, αφού οι ελληνικές εταιρείες εφαρμόζουν ανταγωνιστικές στρατηγικές με συνεργασίες με διαδεδομένες πλατφόρμες του εξωτερικού, όπως είναι η συνεργασία της Vodafone με το HBO και η εξαγορά της Forthnet από βρετανικό όμιλο, με στόχο την προσφορά νέων υπερπαραγωγών σειρών και θεάματος, γενικότερα. Επιπρόσθετα, η οικονομική κρίση της τελευταίας δεκαετίας μείωσε τον αριθμό και το επίπεδο των τηλεοπτικών παραγωγών της παραδοσιακής

τηλεόρασης, που δεν προσφέρει πια παραγωγές αντίστοιχες με αυτές των συνδρομητικών καναλιών. Παρόλα αυτά, ο ΟΤΕ πιστεύει σε σημαντική προοπτική ανάπτυξης της συνδρομητικής τηλεόρασης, καθώς προεξοφλεί ότι η ελεύθερη τηλεόραση, λόγω της κρίσης, δεν έχει πια τους οικονομικούς πόρους για να εξασφαλίσει δυνατά προγράμματα, κάτι που ανοίγει την ψαλίδα μεταξύ της παραδοσιακής και της συνδρομητικής TV.

Η WIND παρέχει τη πρώτη Android TV στην Ελλάδα και μια από τις δέκα πρώτες στην Ευρώπη. Από τα πλεονεκτήματα της είναι η δυνατότητα παροχής του Netflix καθώς και των αθλητικών καναλιών της Nova. Ακόμη, η Vodafone TV εφάρμοσε ανταγωνιστική στρατηγική το 2020 αγοράζοντας τα δικαιώματα ταινιών από την HBO καθώς και από 60 νέα κανάλια, διπλασιάζοντας το πρόγραμμα της. Η συνδρομητική τηλεόραση του ΟΤΕ εισήγαγε ιδιαίτερα ελκυστικές τιμές, σε συνδυασμό με πλούσιο & ποιοτικό περιεχόμενο, αλλάζοντας τη τις νέες αυτές αλλαγές και προτιμήσεις των καταναλωτών. Το Netflix αποδείχτηκε ο μεγάλος νικητής στην Ελλάδα την περίοδο της καραντίνας, με ρεκόρ νέων συνδρομητών, έχει αλλάξει πολύ από τότε που ξεκίνησε πριν από 20 χρόνια και εξελίχθηκε σε παγκόσμια παραγωγός ψυχαγωγίας.

Η συνδρομητική τηλεόραση στην Ελλάδα έχει ήδη αναπτυχθεί δυναμικά με τη στροφή των Ελλήνων καταναλωτών προς την ποιοτική ψυχαγωγία στο σπίτι όσο και με την ενίσχυση του ανταγωνισμού στην αγορά της συνδρομητικής τηλεόρασης με την σχέση ποιότητας-τιμής στην αγορά. Τόσο η ύφεση, όσο και η αναζήτηση από πλευράς τηλεθεατών ποιοτικών προγραμμάτων και περιεχομένου υψηλών προδιαγραφών αναμένεται να επιταχύνουν την ανάπτυξη της αγοράς συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα.

6. Βιβλιογραφία – Πηγές

- Γεωργιάκη, Μ. (2017). *Διαδραστική Τηλεόραση- Τεχνολογία και Εφαρμογές*. Πτυχιακή εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Πληροφορικής και ΜΜΕ, Πύργος.
- Γεωργόπουλος Ν., (2013). *Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, σελ. 20-29, Εκδόσεις: Μπένος, Αθήνα.
- Γκοτζίνας, Α. (2016). *Η Τεχνολογική εξέλιξη της τηλεόρασης από τον 19^ο αιώνα μέχρι σήμερα*. Πτυχιακή εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Πληροφορικής και ΜΜΕ, Πύργος.
- Ζαχαροπούλου, Γ. (2017). *Το μάρκετινγκ στις εταιρείες τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα*. Πτυχιακή εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, Άγιος Νικόλαος.
- Θέριου Ν., (2002). *Στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων*, σελ. 55-90, Εκδόσεις: Κριτική, Αθήνα.
- Λαγουδάκη, Β. (2011). *Ανάλυση του κλάδου των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα σύμφωνα με το υπόδειγμα του PORTER*. Πτυχιακή εργασία. Πανεπιστήμιο Πειραιά, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων, Πειραιάς.
- Λαγουδάκη Β., (2011). *Ανάλυση του κλάδου των τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα*. Εκδόσεις Καστανιώτης, Αθήνα.
- Λελεδάκης Γ., (2011). Συγγραφή: Ευθύμιος Ζιγκιρίδης. *Οικονομία – επιχειρήσεις, Μάρκετινγκ*. Αθήνα, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ).
- Ντάσσου, Π. (2014). *Από τον αναλογικό στον ψηφιακό κόσμο*. Πτυχιακή εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ηπείρου, Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών, Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής Τ.Ε, Άρτα.
- Παπαδάκης Β., (2009). *Επίκαιρα Θέματα στρατηγικής των επιχειρήσεων*, σελ.100 -125, Εκδόσεις: Ε. Μπένου, Αθήνα.
- Παπαδάκης Β., (2002). *Στρατηγική Των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*, τόμος Β΄, σελ.381-395, Εκδόσεις: Ε. Μπένου, Αθήνα.

- Παπούλιας, (2002). *Η στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων και αλλαγών*, σελ. 50-70, Εκδόσεις: Καστανιώτης, Αθήνα.
- Ραμίν Γ., Φιούζι, Κοντονάσιος (2018). *Η Συνδρομητική τηλεόραση στην Ελλάδα. Case study: OTE TV*”, Αθήνα.
- Σκουρλετόπουλος Γ. (2012). *Εκπόνηση πλάνου αξιοποίησης(business plan) νέων τεχνολογιών: οι δυνατότητες εφαρμογής και αξιοποίησης της διαδραστικής ψηφιακής τηλεόρασης ως μέσο διαφήμισης*. Πτυχιακή εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης, Κρήτη.
- Σιώμοκος Γ., (2004). *Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, τόμος Β, σελ. 93-125, Εκδόσεις: Σταμούλη, Αθήνα.
- Baye M., (2013). *Οικονομικά για το μάνατζμεντ και τη στρατηγική των επιχειρήσεων*, σελ. 30-50, Έκδοση 7, Εκδόσεις: Επίκεντρο, Αθήνα.
- Curwen P., Whalley J. (2008). *The Internationalization of Mobile Telecommunications-Strategic Challenges in a Global Market*, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK.
- Hitt M., Ireland D., Hockisson R., (2004). *Strategic Management Competitiveness And Globalization Case*, Εκδόσεις: Ελλήν.
- Kotler P., 2017. *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, σελ 300-372, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος, USA.
- Stephen R., Timothy J., (2018) *Essential Of Organizational Behavior*, Εκδόσεις: Κριτική, USA.
- Strousse K. G., (2004). *Costumer-Centered Telecommunications Services Marketing*, Artech House, Detroit, USA.

Ιστότοποι

- Athens Voice, 2020. *Netflix: Όλες Οι Νέες Σειρές Και Ταινίες Που Έρχονται Τον Ιούνιο*. [online] Available at: <https://www.athensvoice.gr/culture/tv/651200_netflix-oles-oi-nees-seires-kai-tainies-poy-erhontai-ton-ioynio> [Accessed 1 October 2020].
- Athinorama.gr, 2020. *WIND Vision: Συνδρομητική Τηλεόραση, Υψηλοί Στόχοι*. [online] Available at: <<http://www.athinorama.gr/digital/movies/article.aspx?id=2528193>> [Accessed 1 October 2020].
- Alithianews.gr, 2020. *Η Κυβέρνηση Έβαλε Στο Στόχο Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*. [online] Available at: <<https://www.alithianews.gr/topika/news/2514-i-kyvernisi-evale-sto-stoxo-ta-mesa-mazikis-enimerosis>> [Accessed 1 October 2020].
- Business news, 2020. Συνδρομητική τηλεόραση: *Αθέμιτος ανταγωνισμός των εταιρειών*. [online] Available at: <<https://www.businessnews.gr/el/epixeiriseis/epikoinonia-media/syndromitiki-tileorasi-athemito-antagonismo-yper-etaireion-toy-exoterikoy-tha-ferai.html>> [Accessed 1 October 2020].
- Cosmote.gr, 2020. [online] Available at: <<https://www.cosmote.gr/>> [Accessed 1 October 2020].
- Ειδήσεις - νέα - Το Βήμα Online, 2020. *Επενδύσεις €1,2 Δισ. Του ΟΤΕ Σε Δίκτυα Υπερυψηλών Ταχυτήτων - Ειδήσεις - Νέα - Το Βήμα Online*. [online] Available at: <<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=582566>> [Accessed 1 October 2020].
- El.wikipedia.org, 2020. *Tsolakoglou/Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση*. [online] Available at: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CF%81%CE%AE%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%82:Tsolakoglou/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%A1%CE%B1%CE%B4%C>

Ε%Β9%CE%BF%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1_%CE%A
4%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%83%CE
%B7> [Accessed 1 October 2020].

- El.m.wikipedia.org, 2020. *Netflix*. [online] Available at: <<https://el.m.wikipedia.org/wiki/Netflix>> [Accessed 1 October 2020].
- Eretikos.gr. 2020. *Forthnet: Αυτή Είναι Η Πρόταση Vodafone – Wind Προς Τις Τράπεζες!*. [online] Available at: <<https://eretikos.gr/forthnet-ayti-einai-protasi-vodafone-wind-pros-tis-trapezes/>> [Accessed 1 October 2020].
- Forthnetgroup.gr, 2020. *Ζεις Καλύτερα | Nova*. [online] Available at: <<http://www.forthnetgroup.gr>> [Accessed 1 October 2020].
- Ηγουμενίδη, Τ., 2020. *Άρση Της Αποκλειστικότητας Της Nova Για Τα Ελεύθερα Κανάλια — Infocom*. [online] InfoCom. Available at: <<http://www.infocom.gr/2012/03/26/arsh-thw-kleistikothtaw-thw-nova-gia-ta-eleyuera-kanalia/3527/>> [Accessed 1 October 2020].
- Iefimerida.gr. 2020. *Νέα Τηλεοπτική Σεζόν COSMOTE TV: Περισσότερες Από 40 Κορυφαίες Αθλητικές Διοργανώσεις Στα Κανάλια COSMOTE SPORT [Βίντεο] | MEDIA | Iefimerida.Gr*. [online] Available at: <<https://www.iefimerida.gr/media/nea-tileoptiki-sezon-cosmote-tv-cosmote-sport>> [Accessed 1 October 2020].
- Iefimerida.gr. 2020. *Νέα Τηλεοπτική Σεζόν COSMOTE TV: Περισσότερες Από 40 Κορυφαίες Αθλητικές Διοργανώσεις Στα Κανάλια COSMOTE SPORT [Βίντεο] | MEDIA | Iefimerida.Gr*. [online] Available at: <<https://www.iefimerida.gr/media/nea-tileoptiki-sezon-cosmote-tv-cosmote-sport>> [Accessed 1 October 2020].
- Insider.gr, 2020. *Οι Τηλεθεατές Στρέφουν Το Βλέμμα Τους Στην Online TV*. [online] Available at: <<http://www.insider.gr/epiheiriseis/tehnologia/34804/oi-tiletheates-strefoyn-vlemma-toys-stin-online-tv>> [Accessed 1 October 2020].
- Kotsovolos.gr, 2020. *Συνδρομητική Τηλεόραση Και Υπηρεσίες Streaming | Κωτσόβολος Blog*. [online] Κωτσόβολος Blog. Available at:

<<https://blog.kotsovolos.gr/syndromitiki-tileorasi-kai-ypiresies-streaming/>>
[Accessed 1 October 2020].

- Mobile news, 2020. *Η συνδρομητική τηλεόραση σε κρίση*. [online] Available at:
<http://www.mobilenews.gr/article/15511/i_%C2%ABp%CE%AFta%C2%B B_ti%CF%82_syndromiti k%CE%AE%CF%82_tile%CF%8CraSi%CF%82.htm> [Accessed 1 October 2020].
- Netflix.com, 2020. *Netflix - Από Το Σενάριο Στην Οθόνη: Η Τεχνολογία Ενισχύει Την Παραγωγή*. [online] Available at:
<<https://media.netflix.com/el/company-blog/from-script-to-screen-empowering-production-with-technology>> [Accessed 1 October 2020].
- Netflix.com, 2020. *Netflix - ΤΟ NETFLIX ΕΙΝΑΙ ΠΛΑΕΟΝ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ*. [online] Available at: <<https://media.netflix.com/el/press-releases/netflix-is-now-truly-greek>> [Accessed 1 October 2020].
- News.gr, 2020. *Τι θα γίνει αν αυξηθεί το τέλος στην ελληνική συνδρομητική τηλεόραση* [online] Available at: www.news247.gr/media/ti-tha-ginei-an-ayxithei-to-telos-stin-elliniki-syndromitiki-tileorasi.6419642.html [Accessed 1 October 2020].
- News.gr. 2020. *Το Netflix και όλα όσα πρέπει να ξέρεις*. [online] Available at:
<<https://www.news247.gr/psixagogia/netflix-ola-osa-prepei-na-xereis-ta-syn-kai-ta-plin.6398844.amp.html>> [Accessed 1 October 2020].
- News.gr, 2020. *Η Τηλεόραση Της Wind Έρχεται Με Netflix Και 60 Κανάλια - Πόσο Κοστίζει*. [online] Available at: <<https://www.news247.gr/psixagogia/h-tileorasi-tis-wind-erchetai-me-netflix-kai-60-kanalia-poso-kostizei.6606137.html>> [Accessed 1 October 2020].
- Newpost.gr, 2020. *ΕΙΤΗΣΕΕ: 9 Απαντήσεις Στην Κυβέρνηση Για Τις Τηλεοπτικές Άδειες*. [online] Available at:
<<https://newpost.gr/ellada/516461/eithsee-9-apanthseis-sthn-kybernhsh-gia-tis-thleoptikes-adeies>> [Accessed 1 October 2020].

- Novasports.gr, 2020. *Nova sports* [online] Available at: <http://www.novasports.gr/Home.aspx?a_id=256> [Accessed 1 October 2020].
- Novacinema.gr, 2020. *Ζεις Καλύτερα | Nova*. [online] Available at: <<http://www.novacinema.gr/>> [Accessed 1 October 2020].
- Ote.gr, 2020. OTE TV [online] Available at: <<http://otetv.ote.gr/portal/page/portal/OTETV/index>> [Accessed 1 October 2020].
- Reader.gr, 2020. *Οι τηλεθεατές στρέφουν το βλέμμα τους στην online tv*. [online] Available at: <<https://www.reader.gr/koinonia/ellada/oi-tiletheates-strefoyn-vlemma-toys-stin-online-tv> SOS> [Accessed 1 October 2020].
- Sepe.gr, 2020. *Στο 24% Η Διείσδυση Της Συνδρομητικής Τηλεόρασης Στην Ελλάδα*. [online] Available at: <<http://www.sepe.gr/gr/information/news/article/5097284/sto-24-i-dieisdusitis-sundromitikis-tileorasis-stin-ellada/>> [Accessed 1 October 2020].
- Sigmalive.com, 2020. *Από αύριο όλη η Ευρώπη θα έχει συνδρομητική τηλεόραση*. [online] Available at: <http://capitaltoday.sigmalive.com/epiheiriseis/tech/605_apo-ayrio-oli-eyropi-tha-ehei-syndromitiki-tileorasi SOS> [Accessed 1 October 2020].
- Start media.gr, 2020. *Συνδρομητική τηλεόραση: Πάνω από 1 εκατομμύριο οι συνδρομητές στην Ελλάδα*. [online] Available at: <<https://www.google.gr/amp/www.startmedia.gr/ellada-eidhseis/syndromitiki-tileorasi-pano-apo-1-ekat-i-syndromites-stin-ellada/amp/>> [Accessed 1 October 2020].
- Supereverything.gr, 2020. *Τι ακριβώς είναι το Netflix*. [online] Available at: <<https://www.google.gr/amp/s/www.supereverything.gr/2016/09/ti-akrivos-einai-to-netflix.html/%3famp>> [Accessed 1 October 2020].

- TO ΠΑΡΟΝ, 2020. *Είδαν Και ...Πλήρωσαν Την Cosmote TV*. [online] Available at: <<https://www.paron.gr/2020/05/21/eidan-kai-plirosan-tin-cosmote-tv/>> [Accessed 1 October 2020].
- Typosthes.gr, 2020. *Η τηλεόραση της wind έρχεται με Netflix* [online] Available at: <<http://www.typosthes.gr/oikonomia/article/154719/wind-vision-i-tileorasi-tis-wind-erhetai-me-netflix--poso-kostizei-/>> [Accessed 1 October 2020].
- WIND.gr, 2020. *WIND - Κινητή & Σταθερή Τηλεφωνία, Απεριόριστο Internet & WIND VISION | WIND.Gr*. [online] Available at: <<https://www.wind.gr/>> [Accessed 1 October 2020].