



**Συμμετοχή της κοινότητας ευρυζωνικών χρηστών του ADSLgr.com  
στην:**

**«Δημόσια Διαβούλευση αναφορικά με τον Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή  
Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στους Καταναλωτές»**

**που διεξάγει  
η  
Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων**

## Εισαγωγή

Θεωρούμε θετική την πρωτοβουλία της ΕΕΤΤ να “βάλει τάξη” στο τηλεπικοινωνιακό τοπίο με τον παρόν Κώδικα κατόπιν των προβλημάτων τα οποία έχουν εμφανισθεί τα τελευταία τρία χρόνια στην τηλεπικοινωνιακή αγορά. Δεν μπορούμε όμως να παραβλέψουμε το γεγονός ότι αυτές οι κινήσεις έπρεπε να είχαν γίνει ταχύτερα και όχι αφότου έχουν ταλαιπωρηθεί δεκάδες χιλιάδες χρήστες τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Όταν υπάρχουν προβλήματα, η ΕΕΤΤ θα πρέπει να κινείται με ένα ρυθμό ο οποίος θα τα αντιμετωπίζει σε πραγματικό χρόνο ή ακόμα και προτού αυτά προλάβουν να εμφανιστούν ή να συσσωρευθούν.

Μπορεί να ακούγεται παράδοξο να αντιμετωπίζονται προβλήματα προτού εμφανιστούν αλλά όταν υπάρχει καλή αντίληψη της κατάστασης τότε δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολο. Για παράδειγμα αρκετά μέλη της κοινότητάς μας, όταν εμφανίσθηκαν τα πρώτα προϊόντα μαζικής κλίμακας τα οποία έκαναν χρήση LLU και φορητότητας, απείχαν συνειδητά απ' την επιλογή τους υποθέτοντας τι θα επακολουθήσει – και δυστυχώς (ως προς την εμφάνιση των προβλημάτων) δικαιώθηκαν. Επομένως γεννάται το ερώτημα αν είναι δυνατόν οι χρήστες να προέβλεψαν το τι θα συμβεί αλλά η ΕΕΤΤ να μην είχε προβλέψει κάποιες παραμέτρους οι οποίες θα ταλαιπωρήσουν τους χρήστες. Επίσης σε πρόσφατη διαβούλευση για τις αλλαγές του RUO, κάποιοι πάροχοι σημείωναν ότι είχαν προβλέψει παραμέτρους οι οποίες θα δημιουργούσαν προβλήματα αλλά αυτές δεν υιοθετήθηκαν εξ' αρχής στο προηγούμενο RUO – και το ερώτημα είναι γιατί να μην συμβεί εξ' αρχής;

Όσον αφορά την παρούσα διαβούλευση για τον Κώδικα Δεοντολογίας, η προτεινόμενη “βάση” είναι αρκετά καλή και θα ακολουθήσουν κάποιες σημειώσεις προκειμένου ο Κώδικας να βελτιωθεί όσον αφορά το περιεχόμενο ή την εφαρμογή του.

## Σχόλια / Παρατηρήσεις για τον Κώδικα Δεοντολογίας

### Άρθρο 4.1

Οι διαφημίσεις που αφορούν πακέτα “έως 24” Mbps είναι μεν ακριβείς ως προς το τεχνικό σκέλος, αλλά διαφημιστικά έχει διπλή σημασία στο νού του καταναλωτή. Για παράδειγμα σε διαφημίσεις αυτοκινήτων, το “έως 250 άλογα” συνήθως παραπέμπει σε επιλογή ανάμεσα σε πολλαπλά μοντέλα κινητήρων για το ίδιο όχημα – με διαφορετικές ιπποδυνάμεις οι οποίες κλιμακώνονται στο ανώτατο μοντέλο των 250 ίππων.

Επομένως, όταν ένας πάροχος παρέχει πακέτα 2, 4, 8 ή 24 Mbps για παράδειγμα, το “έως 24” ενδέχεται να θεωρηθεί (και πολλές φορές έτσι συμβαίνει) ως η επιλογή κλιμακούμενων πακέτων με σταθερή απόδοση (πχ 2, 4, 8, 24 – απ’ τα οποία ο χρήστης θα επιλέξει το ένα στη βάση της λογικής ότι *τα εμπορικά πακέτα κλιμακώνονται ως το πακέτο των 24 Mbps*) και όχι ως πακέτα τα οποία είναι θεωρητικά στα 24 Mbps και επιτυγχάνουν μεταβλητή απόδοση λόγω περιορισμών της τεχνολογίας.

Ως εκ τούτου, και όσον αφορά διαφημίσεις σε έντυπα, αφίσες, ραδιόφωνο, τηλεόραση κτλ, θα προτείνουμε να υπάρχει υποχρεωτική αναγραφή (ή ηχητικό σήμα) το οποίο θα είναι προεγκεκριμένο από την ΕΕΤΤ και ομοιόμορφο για όλους τους παρόχους το οποίο θα δηλώνει ότι «Η υπηρεσία δεν έχει εγγυημένη μέγιστη ταχύτητα και η απόδοση της εκάστοτε σύνδεσης μπορεί να ποικίλλει με βάση τα τεχνικά της χαρακτηριστικά ή τυχόν φυσικούς περιορισμούς» - ή κάτι αντίστοιχο.

Σε ότι αφορά τις έντυπες καταχωρήσεις η σχετική φράση θα πρέπει να περιλαμβάνεται σε ειδικό διακριτό πλαίσιο το οποίο θα καταλαμβάνει το 1/6 της συνολικής επιφάνειας της καταχώρησης. Σε ότι αφορά τις τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές διαφημίσεις προτείνεται η υποχρεωτική συρραφή του συγκεκριμένου μηνύματος στο τέλος κάθε σποτ (inserted ad) και αυτό για να αποφευχθεί το φαινόμενο ανάλογων σποτ (κυρίως τηλεοπτικών) στα οποία τα λεγόμενα "ψιλά γράμματα" περνούν στο κάτω μέρος της οθόνης ως “crowl” με πολύ μεγάλη ταχύτητα, γεγονός που τα καθιστά αν όχι αόρατα, σίγουρα δυσανάγνωστα.

Αυτό θα πρέπει να έχει εφαρμογή, πέρα από τα Mbps<sup>1</sup> των σταθερών συνδέσεων και στις mobile broadband συνδέσεις των οποίων τα χαρακτηριστικά απέχουν σε ακόμα μεγαλύτερο βαθμό απ’ τα θεωρητικά εφικτά νύμερα σε σχέση με τις συνδέσεις ADSL. Σε συνδιασμό με το υψηλό τίμημα των mobile broadband συνδέσεων, αυτό οδηγεί με μαθηματική βεβαιότητα σε μεγιστοποίηση του αισθήματος απογοήτευσης και δυσαρέσκειας ως προς το τίμημα που πλήρωσε ο χρήστης της υπηρεσίας σε σχέση με την προσδοκώμενη υπηρεσία.

### Άρθρο 4.2

Η **ακρίβεια** στους όρους που χρησιμοποιείται ενδεχομένως να είναι κάτι το σχετικό. Δύο τέτοιες περιπτώσεις είναι το “χωρίς πάγιο ΟΤΕ” και “ιδιόκτητο δίκτυο”.

Όσον αφορά το “χωρίς πάγιο”, στο μοντέλο του LLU οι πάροχοι πληρώνουν ένα πάγιο τέλος προς τον ΟΤΕ το οποίο ο μέσος χρήστης δεν γνωρίζει και έτσι δίνεται η ψευδαίσθηση της ανεξαρτησίας (η οποία έχουμε παρατηρήσει ότι προκαλεί αρκετή σύγχυση αλλά και απογοήτευση προς τους εναλλακτικούς παρόχους οι οποίοι, σύμφωνα με αρκετούς χρήστες που δεν γνωρίζουν επακριβώς την κατάσταση αλλά την ανακαλύπτουν στην πορεία, δε θα έπρεπε να πουλάνε καν υπηρεσίες εφόσον δεν ελέγχουν πλήρως τις υποδομές τους end-to-end). Σε αυτή τη περίπτωση υπάρχει λοιπόν μία σχετικότητα στο κατά πόσον ο ισχυρισμός χωρίς πάγιο είναι σωστός και ακριβής απ’ τη στιγμή που ο πάροχος (και κατά συνέπεια ο καταναλωτής) εξαρτάται από τον ΟΤΕ. Αφενός στον καταναλωτή όντως δεν του έρχεται ανά δίμηνο το πάγιο του ΟΤΕ, όμως, στην ουσία, πάλι πληρώνει ΟΤΕ – έστω και έμμεσα. Άρα είναι ακριβής ή όχι ένας τέτοιος ισχυρισμός; Είναι προφανές ότι εξαρτάται ανάλογα την ερμηνεία.

---

1 Είτε 24 Mbps, είτε άλλη ταχύτητα όπως 16, 12, 8 Mbps κτλ – γιατί ακόμα και με χαμηλότερες ταχύτητες ενδέχεται οι χρήστες να μην μπορούν να τα δούν σε πραγματική χρήση εφόσον έχουν μία γραμμή με κακά χαρακτηριστικά.

Όσον αφορά το “ιδιόκτητο δίκτυο” αυτό αναφέρεται μόνο σε ένα μέρος των δικτυακών υποδομών το οποίο πάλι εγείρει ερωτηματικά σχετικά με την ακρίβεια των λεγομένων. Πχ ένα “ιδιόκτητο δίκτυο” ενός εναλλακτικού, μπορεί να εξαρτάται από την αγορά διεθνούς διασύνδεσης (από έναν πάροχο διεθνούς διασύνδεσης), εγχώριους πάροχους μισθωμένων κυκλωμάτων για τα backbones αλλά και το last-mile του ΟΤΕ.

Και εδώ παρατηρούμε ότι η παραπλάνηση του χρήστη με τη γενίκευση του όρου “ιδιόκτητο δίκτυο” είναι εκτενής. Γι' αυτό καλό είναι να ξεκαθαριστεί ο βαθμός ακρίβειας / σαφήνειας ώστε να γνωρίζουν όλοι τι είναι αποδεκτό ως “σαφές και ακριβές” και τι όχι. Ακόμα καλύτερα, θα πρέπει οι πάροχοι, σε περίπτωση που είναι αβέβαιοι για όρους τους οποίους θα χρησιμοποιήσουν σε διαφημιστικές καμπάνιες, να μπορούν να λάβουν διευκρινήσεις από την ΕΕΤΤ μέσα σε 3-5 μέρες και οι απαντήσεις που θα παίρνουν να θεωρούνται “precedent” για μελλοντικές κινήσεις άλλων παρόχων.

### **Άρθρο 4.3**

Η παραπλάνηση έχει ένα υποκειμενικό στοιχείο το οποίο σχετίζεται με αυτόν που επεξεργάζεται μία προσλαμβανόμενη πληροφορία. Επομένως ο παραπλανημένος ενδέχεται να φέρει ευθύνη ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο επεξεργάστηκε κάποια δεδομένα και *υπέθεσε* συγκεκριμένα πράγματα με βάση προηγούμενες εμπειρίες ή γνώσεις τις οποίες έχει.

Απ' την στιγμή που δεν επεξεργάζονται όλοι τα δεδομένα παράγοντας παρόμοιες υποθέσεις, η παραπλάνηση είναι μία αρκετά σχετική έννοια – ειδικά στην περίπτωση επαγωγικών υποθέσεων που μπορεί να προκληθούν.

Συνεχίζοντας στο θέμα της παραπλάνησης, αφενός “ο απλός καταναλωτής” θέλει ένα σύστημα το οποίο να είναι “idiot-proof”, δηλαδή να καλύπτει εκτενώς ακόμα και τις υπο-περιπτώσεις στις οποίες μπορεί ο ίδιος να παρανοήσει, αλλά εδώ υπάρχει μια κοινωνική αντίφαση η οποία αξίζει να θιχτεί. Αν το Κράτος αναλάβει το ρόλο να *σκέφτεται* και να *κρίνει* για λογαριασμό του πολίτη / καταναλωτή, τότε ο καταναλωτής να μην εξυπηρετείται *σήμερα* όμως, *μακροπρόθεσμα*, μειώνεται η κριτική του ικανότητα και μετατρέπεται σε μία πίο κατευθυνόμενη καταναλωτική οντότητα η οποία θα πρέπει να της πούν τι είναι καλό, τι όχι, τι είναι επικίνδυνο κτλ – χωρίς να έχει τα κατάλληλα νοητικά εργαλεία να παράξει αυτές τις κρίσεις με ίδια μέσα.

Γίνεται αντιληπτό ότι, όσον αφορά το Ρυθμιστή, ίσως χρειάζεται μία ισορροπία ανάμεσα στο να μάθει ο πολίτης, ως καταναλωτής, “να ψαρεύει” και στο να “τρώνει έτοιμα τα ψάρια”. Δηλαδή να ενημερώνεται και να σκέπτεται / αποφασίζει αντί να βρίσκεται συνεχώς απειλούμενος και υπό την ανάγκη προστασίας. Αυτό φυσικά έχει γενικότερες προεκτάσεις οι οποίες δεν περιορίζονται στον Κώδικα Δεοντολογίας, αλλά ούτε ακόμα και στο τηλεπικοινωνιακό τοπίο – και αναφέρεται ως προβληματισμός μεταξύ του αιτήματος των καταναλωτών για περισσότερη κρατική προστασία αλλά και τις περιπτώσεις υπερβολών, όπως υπάρχουν σε χώρες όπως οι ΗΠΑ, στις οποίες ακόμα και αυτονόητα πράγματα τείνουν να αναγράφονται προκειμένου να προστατέψουν και τον πλέον αυτοκαταστροφικά ανόητο πολίτη.

Η λύση για το πρόβλημα της άγνοιας παραμένει πάντοτε η σωστή ενημέρωση. Μία αγορά με καταναλωτές οι οποίοι είναι ενημερωμένοι δεν αντιμετωπίζει τον ίδιο αριθμό προβλημάτων τα οποία σχετίζονται τόσο με φαινόμενα εξαπάτησης, πραγματικής ή φανταστικής. Αξίζει να αναφερθεί ότι παλαιότερα με τις συνδέσεις Dial-Up των 14.4, 28.8, 33.6, 56Kbps (απ' το '94 έως τα τέλη της δεκαετίας) δεν υπήρχε τόση ένταση στο φαινόμενο ο χρήστης να νιώθει παραπλανημένος ή “ριγμένος”, παρ' ότι αυτές οι ταχύτητες πολλές φορές δεν επιτυγχάνονταν και παρά το γεγονός ότι η απώλεια ταχύτητας σε μία ήδη πολύ αργή σύνδεση των 3-5 kbyte/sec είχε πολύ σοβαρότερα αποτελέσματα στην εμπειρία του χρήστη από ότι σήμερα το να μην κλειδώνει μία 24άρα στα 24, αλλά στα 10 για παράδειγμα. Όμως αυτή η αποδοχή της κατάστασης από πλευράς των χρηστών ήταν επειδή λίγο-πολύ όλοι γνώριζαν γιατί συμβαίνει αυτή η μη-επίτευξη των θεωρητικών ταχυτήτων. Σήμερα δεν συμβαίνει κάτι αντίστοιχο και ο (μη-ενημερωμένος) καταναλωτής νιώθει “ριγμένος” που “δεν παίρνει αυτό που πληρώνει”.

Τα μέτρα προστασίας του καταναλωτή τα οποία έρχονται να διορθώσουν, ως ημίμετρα, την έλλειψη ενημέρωσης του καταναλωτή θα πρέπει να επιλέγονται ως τελευταία λύση προτού εξαντληθούν πλήρως οι προσπάθειες ενημέρωσης του καταναλωτή. Ο ισχυροποιημένος, δια μέσου της ενημέρωσης, καταναλωτής αποτελεί την πιά σταθερή βάση για μία σωστή αγορά και, σαφώς, δεν κινδυνεύει στον ίδιο βαθμό από τυχόν παραπλανητικές εκστρατείες παρόχων – αφού είναι σε πολύ καλύτερη θέση να αξιολογεί κατάλληλα.

Ως προς την ενημέρωση, το υπό έκδοση φυλλάδιο της EETT σε μορφή οδηγού / FAQ είναι στο σωστό δρόμο και, όπως έχουμε διαχρονικά δει στο adslgr, τα FAQs και οι διάφοροι οδηγοί έχουν βοηθήσει δεκάδες χιλιάδες χρήστες να κατανοήσουν καλύτερα τα θέματα για τα οποία έχουν ερωτήσεις – γεγονός που στη συνέχεια έχει πολλαπλασιαστικό χαρακτήρα με τον ένα χρήστη που πλέον ξέρει τις απαντήσεις να εξηγεί και σε άλλους οι οποίοι ακόμα δεν τις γνωρίζουν.

#### **Άρθρο 4.4**

Το προτεινόμενο άρθρο είναι στη σωστή κατεύθυνση. Όμως όπως ο εκπρόσωπος του παρόχου πρέπει να επιδεικνύει κάποια διακριτικά στοιχεία, έτσι και στην περίπτωση της τηλεφωνικής προώθησης πρέπει να επιβληθεί οι αριθμοί κλήσης να μην έχουν απόκρυψη. Αυτό είναι σημαντικό γιατί η απόκρυψη δίνει το πλεονέκτημα σε αυτόν που κάνει την κλήση να είναι αγενής ή επιθετικός εφόσον πάρει μία γρήγορη αρνητική απάντηση αφού γνωρίζει ότι λόγω απόκρυψης ο αντίκτυπος θα είναι μηδενικός (ο καταναλωτής δεν ξέρει ποιός τον κάλεσε και άρα δεν μπορεί να πάρει μέτρα εναντίον του).

#### **Άρθρο 5.5 & 6.5**

Η πράξη έχει δείξει ότι στην εφαρμογή παρόμοιων μέτρων με τα στατιστικά κλήσης των παρόχων, υπάρχουν μεικτά αποτελέσματα. Σε μία γρήγορη έρευνα στα websites των παρόχων ανακαλύπτει κανείς ότι τα στοιχεία δεν είναι καν συγκρίσιμα μεταξύ τους (πχ άλλα είναι σε ετήσια βάση, άλλα σε μηνιαία, διαφορές στον τρόπο παρουσίασης κτλ) – ενώ σε πολλές περιπτώσεις είναι αρκετά δυσεύρετα. Θα χρειαστεί προσεκτική παρακολούθηση του συγκεκριμένου μέτρου, μαζί με καλύτερη εφαρμογή των υφιστάμενων σχετικών μέτρων.

#### **Άρθρο 6.8**

Θα βοηθούσε αν ο εύλογος χρόνος ήταν καλύτερα ορισμένος.

#### **Άρθρο 7**

Αρκετοί πάροχοι δίνουν στον υποψήφιο πελάτη, με μεγάλη μάλιστα βεβαιότητα στη διατύπωση της απάντησης, ημερομηνίες ενεργοποίησης οι οποίες συμπίπτουν με αυτά που ορίζει ο νόμος και οι σχετικοί κανονισμοί (RUO). Όμως, στην πράξη, η υλοποίηση της συνδέσης του πελάτη πολλές φορές, λόγω διαφόρων προβλημάτων σε διαδικασίες ή στη συνεργασία ΟΤΕ-Εναλλακτικού, βγαίνει εκτός χρονοδιαγράμματος. Σε περιπτώσεις όπου οι αιτήσεις απορρίπτονται τα χρονοδιαγράμματα ενδέχεται μάλιστα να πολλαπλασιαστούν. Αν το φαινόμενο ήταν σπάνιο τότε δε θα αποτελούσε πρόβλημα. Όμως το εύρος εμφάνισης του φαινομένου επιτάσσει ο χρήστης να γνωρίζει ότι ναι μεν το θεσμικά οριοθετημένο όριο είναι Χ μέρες, αλλά το πραγματικό όριο ενδέχεται να είναι πολλαπλάσιο, αφού είναι μία ρεαλιστική πιθανότητα την οποία θα κληθεί ενδεχομένως να αντιμετωπίσει.

Είναι σημαντικό όταν ο χρήστης ακούει ότι θα ενεργοποιηθεί σε 30 μέρες, αυτό **όντως να συμβεί** και όχι να πάρει αναβολή για άλλες τόσες – γιατί και αυτός έχει κάνει τους προγραμματισμούς του με βάση αυτό το χρονοδιάγραμμα. Εφόσον υπάρχουν παράγοντες αβεβαιότητας με σοβαρό ποσοστό εμφάνισης, αυτοί πρέπει να γίνονται γνωστοί. Το ότι έχει το δικαίωμα ο χρήστης να διακόψει αζημίως δεν πρόκειται να επιταχύνει σε κάτι την υλοποίηση σύνδεσης – για την οποία θα πρέπει να γνωρίζει και τους παράγοντες αβεβαιότητας.

Όταν η ΕΕΤΤ καταφέρει να επιβάλλει την αποτελεσματικότερη συνεργασία ΟΤΕ-Εναλλακτικών εξαλείφοντας παράλληλα την συχνή εμφάνιση του παραπάνω φαινομένου, τότε μία απλή αναγραφή των ορίων που προκύπτουν από την κείμενη νομοθεσία, θα είναι αρκετή.

## **Άρθρο 8.5**

Η αποζημίωση του χρήστη από τον πάροχο απευθείας είναι ένα πάγιο αίτημα των καταναλωτών το οποίο χρειάζεται ενίσχυση με σαφώς ορισμένες διαδικασίες. Σε αντίθεση με τα πρόστιμα προς τους παρόχους τα οποία ο θιγόμενος καταναλωτής δεν εισπράτει, εδώ ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να δικαιωθεί με έναν πλιό άμεσο και έμπρακτο τρόπο.

Είναι σημαντικό να υπάρχει μία ταχεία διαδικασία αποζημίωσης του χρήστη η οποία να μην μπλοκάρει σε ουσιαστικές ή νομικίστικες κωλυσιεργίες των παρόχων και είναι εξίσου σημαντικό η ΕΕΤΤ να διασφαλίσει την σωστή εφαρμογή του ακόμα και με το “φόβητρο” αυστηρότατων κυρώσεων. Επίσης είναι σημαντικό η αποζημίωση να μπορεί να καταβάλλεται εύκολα και σε καταναλωτές οι οποίοι δεν διαμένουν κοντά σε γραφεία / καταστήματα πώλησης παρόχων ή που δεν θέλουν να χάσουν προσωπικό χρόνο ο οποίος ενδεχομένως κοστίζει σημαντικά λόγω επαγγελματικής ενασχόλησης.

Όσον αφορά τις παραβάσεις, χρειάζεται ένας “τιμοκατάλογος” ποινών μέσω των οποίων θα βγαίνουν οι αποζημιώσεις προς τον χρήστη.

Τέλος προσοχή χρειάζεται ώστε στην περίπτωση του LLU οι ποινές να αφορούν τον πραγματικό υπεύθυνο του προβλήματος.

## **Άλλες σημειώσεις**

Έχει παρατηρηθεί, κυρίως σε εναλλακτικούς παρόχους με προβλήματα στελέχωσης, ότι ο καταναλωτής αδυνατεί να επικοινωνήσει με κάποιον πλιό υπεύθυνο από τους υπαλλήλους του call center, ο οποίος θα κατανοεί καλύτερα το πρόβλημά του και θα είναι σε καλύτερη θέση προκειμένου να το επιλύσει. Το πρόβλημα εντείνεται σε αργίες ή περιόδους με αυξημένο φόρτο. Οι προβλέψεις για επαρκώς καταρτισμένο προσωπικό στον Κώδικα Δεοντολογίας είναι προς τη σωστή κατεύθυνση όμως θα βοηθούσε αν υπήρχε στους παρόχους και ένα αρμόδιο τμήμα παραπόνων στο οποίο οι χρήστες να μπορούν να απευθυνθούν και το οποίο θα επιτελεί πολλαπλό ρόλο.

- Οι χρήστες δε θα απασχολούν τεχνικούς ή άλλους υπαλλήλους προκειμένου να εκφράσουν τα παράπονά τους.
- Η εταιρία θα έχει καλύτερη εικόνα για τα προβλήματά της.
- Το γραφείο παραπόνων θα μπορεί να επιλύει θέματα με τρόπους για τους οποίους οι υπάλληλοι του call center δεν είναι εξουσιοδοτημένοι.
- Η ΕΕΤΤ, εφόσον έχει διασύνδεση με τα γραφεία παραπόνων των παρόχων, θα έχει και αυτή καλύτερη εικόνα της κατάστασης.