

Comparison of the Competition among Internet Providers for the Internet Market between EU and USA.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Internet, είναι γνωστό ότι δημιουργήθηκε από το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας των Η.Π.Α. προκειμένου να συνδέσει τις εγκαταστάσεις του σε όλη την επικράτεια. Αργότερα μ' αυτό συνδέθηκαν και κάποια πανεπιστήμια και οργανισμοί σε εθνικό επίπεδο, καταλήγοντας σήμερα πια να είναι προσιτό σε όλους σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο καθένας που διαθέτει έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή, ένα modem και είναι εγγεγραμμένος σε έναν παροχέα υπηρεσιών Internet (Internet Service Provider - ISP) έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Οι παροχείς υπηρεσιών Internet (ISP's) είναι εμπορικοί οργανισμοί - εταιρείες με μόνιμη σύνδεση με το διαδίκτυο οι οποίοι πωλούν, και κατ' αυτόν τον τρόπο διαθέτουν, στους συνδρομητές τους προσωρινές συνδέσεις. Ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό του Internet είναι ότι δεν υπάρχει κεντρικός διαχειριστής. Το διαδίκτυο λειτουργεί ελεύθερα με αποτέλεσμα η παγκοσμιοποίηση (που και αυτή από μόνη της είναι μια συνέπεια αυτού του γεγονότος) να αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που καθορίζει τους κανόνες του ανταγωνισμού στο διαδίκτυο μαζί με τους παράγοντες που εξαρτώνται από τις τοπικές νομοθεσίες, οικονομίες και κοινωνικά χαρακτηριστικά.

Το Internet έχει "ανοίξει" μια τεράστια αγορά σε πάρα πολλούς τομείς. Αντικείμενο της εργασίας αυτής είναι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών παροχής υπηρεσιών Internet (ISP's) στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις ΗΠΑ.

2. Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

2.1. ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ

Στην Αμερικανική αγορά του διαδικτύου υπάρχουν σήμερα περίπου 6.500 διαφορετικοί ISP's^[1]. Η κατανομή τους φυσικά δεν είναι ομοιόμορφη και το κοινό επιλέγει με κριτήρια την γεωγραφική εγγύτητα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Η αύξηση του αριθμού των ISP's σε εθνικό επίπεδο ήταν ραγδαία και ακολούθησε (ή και καθόρισε) την διάδοση και εξάπλωση του Internet. Πριν από 8 χρόνια ο αριθμός των ISP's δεν ξεπερνούσε του 5-10 ενώ σε πέντε χρόνια (1998) αυξήθηκε δραματικά στους 4.000 φτάνοντας πλέον σήμερα στον αριθμό που αναφέρθηκε παραπάνω. Ωστόσο, σύμφωνα με τους ειδικούς δεν αναμένεται παραπέρα αύξηση^[2]. Κατά τις εκτιμήσεις οι εταιρείες παροχής Internet μεσαίου μεγέθους που δεν αναπτύσσονται σε ικανοποιητικό βαθμό προκειμένου να αποφέρουν κέρδη θα αναζητήσουν νέους τρόπους μέσα από συγχωνεύσεις και εξαγορές. Η τάση αυτή είναι ένα γενικότερο φαινόμενο στις σύγχρονες οικονομίες και φυσικά χαρακτηρίζει σε ακόμα μεγαλύτερο βαθμό τις μεγάλες εταιρείες παροχής Internet - συνήθως όμως από θέση ισχύος. Για τις περισσότερες από τις μικρές που εξυπηρετούν μικρές πόλεις σε απομακρυσμένες περιοχές το πιθανότερο είναι ότι πολλές θα συνεχίσουν να υπάρχουν λόγω των μικρών τους εξόδων. Παρόλα αυτά και στον τομέα των μικρών ISP's η ισορροπία είναι δυναμική αλλά πολλοί "εξαφανίζονται" και τη θέση τους την παίρνουν άλλοι.

Γενικά εξετάζοντας την κατάσταση στις ΗΠΑ διαπιστώνεται εύκολα ότι η πρόσβαση στο Internet βρίσκεται σε άνθηση ενώ ταυτόχρονα η αγορά χαρακτηρίζεται από σφοδρό ανταγωνισμό. Αποτέλεσμα αυτού του ανταγωνισμού είναι πολλοί ISP's, με όποιο τρόπο μπορούν (υιοθέτηση τεχνολογικών λύσεων, διαφήμιση κ.λ.π.), να καταλαμβάνουν όλο και

μεγαλύτερο μέρος της αγοράς και άλλοι να απορροφώνται από μεγάλες και πλούσιες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των τηλεπικοινωνιών προσφέροντας σε ένα ενιαίο πακέτο υπηρεσίες voice-date.

Στην προσπάθεια τους να ορίσουν και να δυναμώσουν τη θέση τους στην αγορά, πολλοί παροχείς προσφέρουν νέες υπηρεσίες όπως τηλεφωνία μέσω Internet, faxing καθώς και εφαρμογές Internet.

Για να γίνει κατανοητό το μέγεθος του ανταγωνισμού και το πόσο κοστίζει σε χρήμα στις εταιρείες που συμμετέχουν αναφέρεται το παράδειγμα της GTE Corp. που πλήρωσε 616 εκατομμύρια δολάρια για την εξαγορά της BBN Corp καθώς και της WorldCom Inc, μια από τις κορυφαίες εταιρείες της αγοράς και ταυτόχρονα μητρικής της UUNet, που πλήρωσε 1,38 δισεκατομμύρια δολάρια για την δικτυακή υποδομή των CompuServe Networking Service και ANS Communications Inc. που είναι θυγατρική της America Online στο χώρο των δικτύων^[3].

Στον αντίποδα της αγοράς οι μικρές εταιρείες παροχής, καταβροχθίζονται στην κυριολεξία καθώς οι εταιρείες μεσαίου μεγέθους προσπαθούν να κερδίσουν μεγαλύτερο μερίδιο και να ανέλθουν την κλίμακα της κερδοφορίας και να καταστήσουν ενδεχομένως, με τη σειρά τους, τους εαυτούς τους στόχο συγχωνεύσεων.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις των περισσότερων ο αριθμός των εταιρειών παροχής Internet έχει φτάσει στο μέγιστο δυνατό όριο και από εδώ και πέρα θα μειώνεται. Πολλοί παίρνουν το ρίσκο να προβλέψουν ότι μέσα σε λιγότερο από μια πενταετία το τοπίο θα ξεκαθαρίσει και θα μείνουν στην αγορά περίπου 500 εταιρείες^[3].

Το ότι ο ανταγωνισμός είναι τόσο σκληρός εξηγείται από το κεφάλαιο της αγοράς: Το 1998 οι καταναλωτές ξόδεξαν περίπου 8 δισεκατομμύρια δολάρια σε υπηρεσίες on-line ενώ αναμένεται το ποσό αυτό να ανέλθει, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των ειδικών, στα 108 δισεκατομμύρια δολάρια το 2003.

2.2. ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

Στην προσπάθεια τους να επιβιώσουν από τον ανταγωνισμό πέραν από τη μάχη των εξαγορών και των συγχωνεύσεων οι περισσότερες εταιρείες παροχής Internet υιοθετούν διάφορες λύσεις.

Υπάρχουν εταιρείες οι οποίες πέρα από απλή πρόσβαση και σύνδεση με το Internet προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως για παράδειγμα η εταιρεία Concentric Network Corp. από την Καλιφόρνια η οποία προωθεί τα εικονικά γραφεία μια δικτυακή υπηρεσία που παρέχει στους πελάτες ιδιωτικά δίκτυα. Υπάρχουν επίσης εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες δωρεάν με αντίτιμο το συνεχή βομβαρδισμό των συνδρομητών με διαφημίσεις από τις οποίες εξασφαλίζουν κέρδη.

Άλλες εταιρείες καταφεύγουν στο να εστιάζουν τις δραστηριότητες τους σε συγκεκριμένους πελάτες που ανήκουν σε εξειδικευμένους χώρους, όπως για παράδειγμα την Exalted Company Digex Inc. που φιλοξενεί εξεζητημένες τοποθεσίες Web (Websites) για μεγάλες εταιρείες όπως η Japan Airlines, η Nike κ.λ.π.^[3]

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας είναι η τεχνολογία που χρησιμοποιείται από τις εταιρείες. Καθώς το διαδίκτυο χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο οι εταιρείες παροχής πρόσβασης στο Internet αναζητούν νέες οδούς δρομολόγησης της κυκλοφορίας. Αυτό σημαίνει χρήση ιδιωτικών κόμβων πρόσβασης στο δίκτυο και νέες πολιτικές μεταξύ των εταιρειών παροχής Internet (ISP's) και των εταιρειών πρόσβασης σχετικά με την απαλλαγή και κυκλοφορία των δεδομένων (data). Ωστόσο, όσον αφορά τους "μεγάλους" παροχείς Internet τα πράγματα δεν είναι τόσο ξεκάθαρα. Από έρευνα που έγινε προκειμένου να βρεθούν οι 25 πρώτοι, διαπιστώθηκε ότι η εταιρεία παροχής Internet (ISP) που κατέχει την πρώτη θέση, δηλαδή η εταιρεία Unnet έχει μέτριες επιδόσεις: λανθάνων χρόνος καθυστέρησης 120 ms και ποσοστό απώλειας πακέτων μηνυμάτων 4,09%.

Αντίθετα η εταιρεία με την καλύτερα επίδοση λανθάνων χρόνου καθυστέρησης 73 ms και απώλεια πακέτων 0,88% - η PSInet κατέχει την

12η θέση στην αγορά. Πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι για την αμερικανική αγορά θεωρείται ότι ο μέσος όρος για λανθάνων χρόνο καθυστέρησης είναι μεταξύ 125 και 250 msec ενώ για την απώλεια πακέτων 3% - 6%^[4]. Το παραπάνω υποδηλώνει ότι τουλάχιστον στην κορυφή της αμερικανικής αγοράς υπάρχουν και άλλοι λόγοι που επηρεάζουν τους συνδρομητές στη συμπεριφορά τους πέρα από τις τεχνικές επιδόσεις.

Στην ίδια διάσταση, δηλαδή του τεχνολογικού και επιχειρηματικού ανταγωνισμού, οι εταιρείες παροχής Internet κινούνται προς την απόκτηση δικαιωμάτων πάνω σε καλωδιακά δίκτυα. Το προηγούμενο έτος μια από αυτές τις εταιρείες η Internet Ventures Inc. "άνοιξε" τον δρόμο υποβάλλοντας αίτηση στην ομοσπονδιακή επιτροπή επικοινωνιών των ΗΠΑ, τη γνωστή FCC, προκειμένου να προβεί σε κατάλληλες ρυθμίσεις που αφορούν συνδυασμό Internet και υπηρεσιών καλωδιακής τηλεόρασης^[5].

3. Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Η Ευρωπαϊκή οικονομία σε αρκετούς τομείς διαφέρει από την αμερικανική ώστε όσον αφορά την αγορά του Internet να υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που καθιστούν ορισμένες από τις διαφορές αρκετά σημαντικές με σοβαρό αντίκτυπο στον ανταγωνισμό των εταιρειών παροχής Internet. Η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί πλέον να αποτελεί ένα διακρατικό οργανισμό, αποτελείται όμως από τις χώρες μέλη που παρουσιάζουν μεταξύ τους αρκετές διαφορές τόσο σε επίπεδο νομικό όσο και οικονομικό και κοινωνικό.

Οι τηλεπικοινωνίες για τις περισσότερες χώρες τουλάχιστον σε επίπεδο εγκαταστάσεων πρόσβασης (τηλεφωνικές γραμμές και κέντρα) είναι κρατικά μονοπώλια ενώ η τιμολογιακή πολιτική των ευρωπαϊκών κρατών για τις τηλεφωνικές κλήσεις και κατ' επέκταση για τη χρήση και απασχόληση των τηλεφωνικών γραμμών αφορά χρέωση με βάση τη χρονική διάρκεια. Αυτός είναι και ο βασικότερος λόγος για τον οποίο η διάδοση της χρήσης του Internet δεν ήταν το ίδιο γρήγορη όπως στις ΗΠΑ όπου οι τοπικές κλήσεις δεν χρεώνονται πέρα από την καταβολή κάποιου παγίου στην τηλεφωνική εταιρεία. Η μοναδική εξαίρεση στον παραπάνω κανόνα για την ευρωπαϊκή αγορά είναι κάποιες εταιρείες με έδρες στην Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο που παρέχουν υπηρεσίες καλωδιακής τηλεόρασης και ταυτόχρονα και υπηρεσίες τηλεφωνίας^[6]. Το σκηνικό αυτό τελευταία φαίνεται να αλλάζει. Ο μέχρι τώρα τρόπος χρέωσης κλήσεων έχει μεγάλο κόστος για τους ευρωπαϊκούς οργανισμούς, αφού σαν συνέπεια του το 80% των διευθύνσεων με εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται στις Η.Π.Α., σε αντιδιαστολή με ένα φτωχό 10% που έχει έδρα την Ευρώπη^[7]. Νέα σχήματα χρέωσης κλήσεων για πρόσβαση στο Internet που μοιάζουν με το αμερικάνικο έχουν αρχίσει να εμφανίζονται και να προτείνονται για ένα μέρος του κοινού στη Γερμανία, την Ισπανία, τη Σουηδία και το Ηνωμ. Βασίλειο. Ένα σημαντικό αίτιο στην αλλαγή του

ευρωπαϊκού τηλεπικοινωνιακού τοπίου είναι η ανταπόκριση των εταιρειών παροχής Internet καθώς και πολλών νεοεμφανισθείσων εταιρειών τηλεφωνίας στον ανταγωνισμό από εταιρείες συνδρομής ψηφιακών γραμμών (Digital Subscriber Lines - DSL)^[7]. Όπως περίπου πριν από πέντε χρόνια άλλαξε απότομα το σκηνικό στις ΗΠΑ έτσι και σήμερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση η αγορά και οι απαιτήσεις της οδηγούν σε αλλαγή που επιτρέπουν ανταγωνιστικές τοπικές εταιρείες να παρέχουν υπηρεσίες DSL καθιστώντας ταυτόχρονα τις ευρωπαϊκές χώρες στόχο αμερικανικών εξαγωγέων τεχνολογίας. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της Ευρώπης σε σχέση με τις ΗΠΑ είναι οι μικρές αποστάσεις από πόλη σε πόλη και η μεγάλη πυκνότητα πληθυσμού που καθιστά την ανάπτυξη και παροχή υπηρεσιών DSL ευκολότερη και οικονομικότερη για τις εταιρείες παροχής αφού μπορούν να εξυπηρετούν περισσότερους συνδρομητές από έναν τόπο^[8].

Μέχρι σήμερα οι ευρωπαϊκές εταιρείες παροχής Internet λόγω του ότι οι κλήσεις είναι τιμολογιακά αρκετά επιβαρημένες (κόστος τηλεφωνικής κλήσης + κόστος ISP) προκειμένου να προσελκύσουν συνδρομητές έχουν και συνεχίζουν να προσπαθούν να μειώσουν τα κόστη συνδρομής ή κλήσης. Έχουν αναπτύξει διάφορες τιμολογιακές πολιτικές για χρήση σε ώρες μη αιχμής, Σαββατοκύριακα, κ.λ.π. Ο βασικότερος τρόπος εξασφάλισης εσόδων προέρχεται με συμφωνία που κλείνουν με τους ως επί των πλείστον εθνικούς φορείς τηλεπικοινωνιών για την καταβολή ποσοστού από τα έσοδα τους που αυξάνουν λόγω των κλήσεων για πρόσβαση στο Internet. Επιπλέον, πολλές μικρές εταιρείες με λιγότερα λειτουργικά έξοδα εισήγαγαν ένα νέο τρόπο σύνδεσης call-by-call, ώστε οι συνδρομητές να επιβαρύνονται με όσο το δυνατόν λιγότερα έξοδα. Με τη συνδρομή λοιπόν σε όσο πιο χαμηλά επίπεδα γίνεται, πολλές εταιρείες αναγκάζονται να αναθεωρήσουν τις στρατηγικές τους και ενδεχομένως να αναλάβουν ρίσκα που μπορεί να τους στερήσουν την ανεξαρτησία τους. Όπως και στις ΗΠΑ έτσι και στον ευρωπαϊκό χώρο πολλές εταιρείες αντιμετωπίζουν πλέον το ζήτημα της συγχώνευσης με άλλες. Εταιρείες που

θέλουν να συνεχίσουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές οφείλουν πλέον πέρα από το να αναθεωρήσουν την τιμολόγησή τους, να περιοριστούν και να εξειδικευθούν σε συγκεκριμένο χώρο, να προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, να βελτιώσουν την ποιότητα στη διαχείριση των κλήσεων, ή να προσφέρουν νέες υπηρεσίες πακέτων. Πολλές νέες μεγάλες εταιρείες παροχής προσανατολίζονται πλέον προς την ενοποίηση υπηρεσιών ώστε να προσφέρουν ενιαία πακέτα σταθερών και κινητών υπηρεσιών Internet καθώς και πολυμεσικά καλωδιακά δίκτυα τηλεόρασης όπως για παράδειγμα η γερμανική Mannesmann Arcos AG που προσφέρει υπηρεσίες φωνής και Internet και ετοιμάζεται σε συνεργασία με την Mannesmann Mobilfunk Grumbel να προφέρει και κινητές υπηρεσίες^[9]. Πολλοί όμως είναι αυτοί που πιστεύουν ότι τελικά οι υπηρεσίες φωνής θα εξυπηρετηθούν από τα "κινητά" δίκτυα αφήνοντας τα σταθερά να "σηκώσουν" την καθαρή κυκλοφορία του Internet.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΩΝ

Όπως φάνηκε από τις προηγούμενες παραγράφους ο ανταγωνισμός και στις δύο ηπείρους είναι πολύ ισχυρός. Σαφώς η αμερικανική αγορά προηγείται αφού άλλωστε εκεί πρώτα διαδόθηκε η χρήση του Internet. Το γεγονός όμως ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση ακολουθεί με κάποια "διαφορά φάσης" δε σημαίνει ότι τα πράγματα είναι πιο ήρεμα. Κοινός αντίκτυπος του ανταγωνισμού, και βασική ομοιότητα, είναι οι συγχωνεύσεις και οι εξαγωγές εταιρειών καθώς επίσης και η βελτίωση υπηρεσιών, η εξειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς καθώς και η προσπάθεια πολλών εταιρειών να προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες, πέρα από τις "κλασσικές" υπηρεσίες Internet, όπως φωνή, καλωδιακή τηλεόραση κ.λ.π.

Οι διαφορές που υπάρχουν στις δύο αγορές, αν εξαιρεθεί η "διαφορά φάσης" στην ανάπτυξη της υποδομής, συνίσταται κυρίως σε θέματα πολιτικής. Οι ΗΠΑ όπως ένα ενιαίο κράτος αντιμετωπίζουν ομοιόμορφα την κατάσταση με θεσμικά πλαίσια που ανέκαθεν στήριζαν τον ιδιωτικό τομέα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση αντίθετα η ύπαρξη πολλών εθνικών φορέων δημιουργεί ένα ανομοιογενή πεδίο.

Έγινε αναφορά, στις προηγούμενες παραγράφους, στις εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες Internet στους πελάτες τους χωρίς συνδρομή. Προκειμένου να γίνει περισσότερο αντιληπτός ο αντίκτυπος της διαφοράς στη νοοτροπία των συνδρομητών αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή τη στιγμή στις ΗΠΑ υπάρχουν περίπου 1,5 εκατομμύρια συνδρομητές σε εταιρείες δωρεάν παροχής Internet. Φυσικά τα έσοδα των εταιρειών προέρχονται κυρίως από διαφημίσεις και κάποιες άλλες υπηρεσίες που παρέχουν πέραν την σύνδεσης με το διαδίκτυο. Ωστόσο σύμφωνα με τους ειδικούς το κοινό δεν παραμένει πιστό. Από τη στιγμή που κάποιος μπορεί να αποκτήσει δωρεάν ηλεκτρονική διεύθυνση γιατί να μην το εκμεταλλευτεί

επαναλαμβάνοντας το ίδιο και σε άλλους παροχείς, με αποτέλεσμα να διαθέτει ταυτόχρονα πολλούς λογαριασμούς που ενδεχομένως δεν χρησιμοποιεί σχεδόν ποτέ. Το κίνητρο δεν είναι τόσο χρηματικό όσο ψυχολογικό. Αντίθετα στην Ευρώπη λόγω ότι οι τηλεφωνικές κλήσεις ως επί το πλείστον χρεώνονται με βάση το χρόνο ομιλίας το κοινό εμφανίζεται διστακτικό στην καταβολή επιπλέον συνδρομής πέραν από το κόστος των ήδη αρκετά ακριβών τηλεφωνικών κλήσεων.

Για το μέσο ευρωπαϊό η εγγραφή σε μια εταιρεία δωρεάν παροχής υπηρεσιών Internet τις περισσότερες είναι αναγκαιότητα. Οι συμφωνίες που κλείνονται μεταξύ των τηλεφωνικών εταιρειών και των εταιρειών παροχής Internet για καταβολή ποσοστού κερδών από τις πρώτες στις δεύτερες επιτρέπει στην κυριολεξία να ανθούν αυτού του είδους οι εταιρείες παροχής στην Ευρώπη. Ωστόσο όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη παράγραφο η τάση για μείωση του κόστους των τηλεφωνικών κλήσεων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα αναγκάσει πολλές από τις εταιρείες παροχής Internet να καταφύγουν σε άλλους πόρους αναζήτησης εσόδων όπως οι διαφημίσεις και άλλες υπηρεσίες, όμοια με τις αντίστοιχες αμερικανικές εταιρείες^[10].

Τέλος, στο κλίμα του ανταγωνισμού στις δύο ηπείρους δεν θα πρέπει να παραληφθούν τα νομοθετικά καθεστώτα με βάση τα οποία ανταγωνίζονται οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών Internet τόσο στις ΗΠΑ όσο και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στον τομέα αυτό οι διαφορές είναι αρκετές. Η ομοσπονδιακή επιτροπή επικοινωνιών των ΗΠΑ το 1996 έθεσε αυστηρά νομικά πλαίσια μέσα στα οποία μπορούν οι ανταγωνίστριες εταιρείες να κινηθούν. Κάτι παρόμοιο δεν έχει επιτευχθεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αποτέλεσμα είναι η είσοδος ευρωπαϊκών εταιρειών στην αμερικανική αγορά να μην είναι τόσο εύκολη υπόθεση όσο είναι η είσοδος των αμερικανικών σε χώρες της Ευρώπης, η τηλεπικοινωνιακή αγορά των οποίων είναι παγκοσμίως η πιο "ανοιχτή" και εκτιμάται στο ύψος των 200 δισεκατομμυρίων δολαρίων ετησίως^[11]. Με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός

για τις εταιρείες της Ευρώπης να είναι πολύ πιο δύσκολος λόγω του προβαδίσματος των αμερικάνων.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η παρουσίαση του ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών παροχής υπηρεσιών Internet τόσο μέσα στις ΗΠΑ όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Δεν επιχειρείται η παρουσίαση δειγματοληπτικών περιπτώσεων χωρών της Ευρώπης αφού κάτι τέτοιο θα ήταν αδόκιμο λόγω των διαφορών και ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζουν μεταξύ τους. Αντίθετα παρουσιάζονται τα γενικά πλαίσια του ανταγωνισμού και κυρίως σε θέματα στρατηγικών επιλογών.

Αυτό που διαπιστώνει κανείς είναι ο αντίκτυπος του ανταγωνισμού και στις δύο ηπείρους που οδηγεί τις εταιρείες σε εξαγορές και συγχωνεύσεις.

Και στις δύο περιπτώσεις ο ανταγωνισμός εκδηλώνεται με τις τιμολογιακές πολιτικές που υιοθετούν οι εταιρείες και τις στρατηγικές επιλογές στην επέκτασή τους σε άλλους τομείς υπηρεσιών, η εξειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς αγοράς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. M. Mosquera, Small ISPs fear a beating by broadband rule,
http://www.techweb.com/wire/story/TWB_1999012150016. Στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται οι προβληματισμοί που απασχολούν "μικρούς" ISP's των ΗΠΑ, οι οποίοι για πρώτη φορά δρουν σαν ενιαία ομάδα, σχετικά με τις επερχόμενες, προς επιβολή από την FCC, αλλαγές.
2. A. Patrizio, Competition, Government Threaten ISP Market,
http://www.techweb.com/news/story/TWB_19980311S0006. Το άρθρο αυτό αφορά την πίεση που ασκείται στους ISP λόγω ανταγωνισμού και νομοθεσίας καθώς η αγορά τους απειλείται πλέον και από τις εταιρείες τηλεφωνίας και καλωδιακών υπηρεσιών.
3. G. Datton "Stiff Competition in the ISP Market", Information week, October 1997, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi?INV1997101003>. Συνοπτική παρουσίαση του ανταγωνισμού των ISP στην αμερικανική αγορά που δείχνει τις τάσεις για συγχωνεύσεις και εξαγορές ενώ παράλληλα προβλέπει και τη ραγδαία μείωση του αριθμού τους στα επόμενα χρόνια.
4. D. Greenfield, "Top 25 ISP's ..." Data Communications, June 1999, Is 2809, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi?DAT19990607S0019>. Το άρθρο αυτό παρουσιάζει τους πρώτους 25 ISP της αμερικανικής αγοράς και ταυτόχρονα παραθέτει και κάποια στοιχεία των "τεχνικών" τους επιδόσεων στην εξυπηρέτηση μηνυμάτων.
5. M. Mosquera, ISP asks FCC to open cable Networks,
http://www.techweb.com/wire/story/TWB_19990602S0016. Το άρθρο αυτό αφορά την αίτηση ενός ISP (Internet Ventures) προς την FCC προκειμένου να μπορούν να μεταφέρουν data και εν γένει τις

υπηρεσίες τους οι ISP μέσω των κυκλωμάτων των εταιρειών καλωδιακών υπηρεσιών.

6. J. Blau, The Price still isn't right ..., telecom, Jan 1999, issue: 401, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi? TLC19990104S0006>. Παρουσιάζονται οι τάσεις και επιθυμίες των καταναλωτών και των ISP για τηλεφωνικές χρεώσεις παρόμοιες με τις αμερικανικές αλλά ταυτόχρονα και η στάση των εθνικών ως επί το πλείστον τηλεφωνικών εταιρειών.
7. J. Blau, "Europe takes a flat chance...", telecom Feb 2000, Is.504, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi? TLC20000221S0016>. Το μεγάλο μειονέκτημα της Ευρωπαϊκής αγοράς είναι ο τρόπος χρέωσης των αστικών τηλεφωνικών κλήσεων που έχει σαν αποτέλεσμα οι ΗΠΑ αυτή τη στιγμή να εξυπηρετούν το 80% των εφαρμογών e-commerce. Ωστόσο στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται και οι πρώτες τάσεις εφαρμογής παρόμοιου τρόπου χρέωσης και σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
8. S. Salamone, "As Europe opens up ...", telecom, April 2000, Is.508, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi? TLC20000417S0018>. Παρουσιάζονται οι εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή αγορά που επιτρέπουν σε πολλούς ISP να προσφέρουν υπηρεσίες DSL.
9. "To the Bone ...", telecom, July 1999, Is.414, <http://www.techweb.com/se/directlink.cgi? TLC19990705S0036>. Γίνεται παρουσίαση λύσεως στις οποίες καταφεύγουν μεγάλες κυρίως εταιρίες από χώρους στην Ευρωπαϊκή Ένωση με τις οποίες προσπαθούν να κυριαρχήσουν σε όλους σχεδόν τους τομείς της αγοράς και να αυτονομηθούν (υπηρεσίας Internet, κυκλώματα τηλεφωνίας, DSL) ώστε να αυξήσουν τα κέρδη τους ή ακόμα και να επιβιώσουν.

10. S. Nash, Do free ISP's really get used?

[Http://www.rdnnet.com/developer](http://www.rdnnet.com/developer). Στο άρθρο αυτό παρουσιάζεται η κατάσταση που αφορά τους ISP's που προσφέρουν "δωρεάν" υπηρεσίες Internet και στις ΗΠΑ και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Και στις δύο περιπτώσεις το συμπέρασμα είναι ότι θα πρέπει να αναζητήσουν και νέες λύσεις για να αντεπεξέλθουν τον ανταγωνισμό, με πρώτη την περίπτωση των ΗΠΑ αφού στην Ευρώπη η χρέωση των αστικών κλήσεων ακόμα καθιστά τους "δωρεάν" ISP's αναγκαίες λύσεις για μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού.

11. M. Slatter, European Telephone Companies want better chance at US Market, 1998, Technology News,

<http://www.techweb.com/news/story/TWB19980326S0006>.

Παρουσιάζεται συνοπτικά η ανησυχία πολλών ευρωπαίων που εξαιτίας του θεσμικού πλαισίου των ΗΠΑ και του αντίστοιχου (ή καλύτερα της ανυπαρξίας του) στην Ευρωπαϊκή Ένωση, πολλοί αμερικανικοί οργανισμοί έχουν πρόσβαση στην Ευρωπαϊκή αγορά, χωρίς όμως οι Ευρωπαϊκοί να χαίρουν της ίδιας μεταχείρισης στις ΗΠΑ.