

*UNIVERSITY OF MACEDONIA
MASTER INFORMATION SYSTEMS*

STRATEGIES IN INFORMATICS AND TELEMATICS

Professor: A.A. Economidis

*Comparison of Merging of strategies in
Telecommunications*

Christina Kazani MIS

Thessaloniki May 2002

*ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΑ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ*

*ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ
ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗ*

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Α. Α. ΟΙΚΟΝΟΜΙΔΗΣ

*Σύγκριση της στρατηγικής συγχώνευσης των
τηλεπικοινωνιακών εταιριών*

Χριστίνα Καζάνη Γ' Εξάμηνο MIS

Θεσσαλονίκη Μάιος 2002

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ένα κύμα συγχωνεύσεων στο χώρο των τηλεπικοινωνιών με αποτέλεσμα τη δημιουργία κολοσσών που κυριαρχούν σε ολόκληρο τον κόσμο. Πρόκειται κυρίως για εταιρίες που κατέχουν τηλεοπτικά δίκτυα και ραδιοφωνικούς σταθμούς, που παράγουν τηλεοπτικά προγράμματα και ταινίες και παρέχουν υπηρεσίες Internet. Τέτοια παραδείγματα είναι οι συγχωνεύσεις των εταιριών AOL-Time Warner, Vodafone-Mannesmann, US Viacom-CBS, UK Carlton-United News and Media, US West-Qwest και μια συγχώνευση που τελικά δεν πραγματοποιήθηκε MCI Worldcom-Sprint. Από τη σύγκριση των συγχωνεύσεων συμπεραίνουμε ότι οι εταιρίες επιδιώκουν κυρίως να διευρύνουν τις δραστηριότητές τους στο χώρο του Internet και να συγχωνευτούν με άλλες που διαθέτουν ένα πολύ καλό δίκτυο διανομής. Οι συγχωνεύσεις των εταιριών αυτών, εκτός από οικονομικά γεγονότα έχουν και τις κοινωνικές τους προεκτάσεις, γιατί μπορούν να επηρεάζουν τις επιλογές και τη νοοτροπία ενός τεράστιου πλήθους ατόμων ανά τον κόσμο .

Abstract

For the last few years we can see a lot of merging in telecommunication companies which leads to giant companies all over the world. This happens mainly to companies which are owners of TV and radio channels which produce TV programs and films and Internet services. Such examples of merging are AOL-Time Warner, Vodafone-Mannesmann, US Viacom-CBS, UK Carlton-United News and Media, US West-Qwest and a merging which never happened MCI Worldcom-Sprint. From the comparison of this merging we can see that the companies aim to extend their business to Internet services and to merge with other companies which have a very good distribution network. The merging of these companies, except of financial incidents, have also social extensions because they can affect the choice and behavior of a great number of people all over the world.

Contents

Abstract

Contents

Chapter 1

Introduction

Chapter 2

Merging of Telecommunications Company's

2.1 AOL and Time Warner

2.2 Britain's Vodafone Air Touch and Germany's Mannesmann

2.3 US Viacom and CBS

2.4 UK Carlton Communications and United News and Media (UNM)

2.5 US West and Qwest Communications International

2.6 MCI WorldCom and Sprint: A merging which never happened

Chapter 3

Comparison of strategies – Conclusions

Chapter 4

Social Impacts of Merging

Bibliography

Περιεχόμενα

Περίληψη

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Κεφάλαιο 2

Συγχωνεύσεις Τηλεπικοινωνιακών εταιριών

2.1 AOL και Time Warner

2.2 Britain's Vodafone Air Touch και German's Mannesmann

2.3 US Viacom και CBS

2.4 UK Carlton Communications και United News and Media (UNM)

2.5 US West και Qwest Communications International

2.6 MCI WorldCom και Sprint: Μια συγχώνευση που δεν έγινε ποτέ

Κεφάλαιο 3

Σύγκριση στρατηγικών – Συμπεράσματα

Κεφάλαιο 4

Κοινωνικές επιπτώσεις των συγχωνεύσεων

Βιβλιογραφία

Κεφάλαιο 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο τέλος της δεκαετίας του '90 συντελέστηκε μια σημαντική αλλαγή στο χώρο των τηλεπικοινωνιών. Ενώ οι εταιρείες αυτές, μέχρι τη δεκαετία του '90, ήταν κυρίως εθνικές, στην αυγή του 21^{ου} αιώνα αρχίζει να δημιουργείται ένα παγκόσμιο ολιγοπώλιο. Το ίδιο συνέβη στις αυτοκινητοβιομηχανίες και στις βιομηχανίες πετρελαίου νωρίτερα σ' αυτό τον αιώνα. Σε ένα μεγάλο βαθμό, η άνοδος της παγκόσμιας αγοράς των τηλεπικοινωνιών ενθαρρύνεται από τις νέες ψηφιακές και δορυφορικές τεχνολογίες, οι οποίες και το κόστος μειώνουν και επικερδείς καθιστούν τις παγκόσμιες αγορές. Ενθαρρύνεται επίσης από τους θεσμούς κυβερνήσεων αλλά και παγκόσμιων Οργανισμών γιατί χωρίς αυτή τη στήριξη δεν θα ήταν δυνατή η δημιουργία αυτού του ολιγοπωλίου. Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε στο χώρο των τηλεπικοινωνιών συνεχείς συγχωνεύσεις εταιρειών με αποτέλεσμα να δεσπόζουν στο χώρο λιγότερες από δέκα με περίπου άλλες σαράντα ή πενήντα εταιρείες να πλαισιώνουν τις τοπικές και μικρές αγορές.

Ως γνωστόν, οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις δεν αφορούν ένα απλό άθροισμα πολλών οργανισμών. Προσφέρουν το «παράδοξο» αποτέλεσμα «1 +1=3». Το «άθροισμα» των δύο διαφορετικών οργανισμών που συνενώνονται και δημιουργούν έναν ενοποιημένο φορέα, ο οποίος συνδυάζει τα χαρακτηριστικά των δύο προγενέστερων, συνοδεύεται με επιπρόσθετα οφέλη. Με τον τρόπο αυτόν αναπτύσσονται ή και ανακαλύπτονται νέα στοιχεία που πιθανόν ως τη χρονική στιγμή της εξαγοράς και συγχώνευσης να παρέμεναν άγνωστα και μη αξιοποιήσιμα, με την οικονομική έννοια του όρου. Από την άλλη πλευρά, εμφανίζεται ο κίνδυνος στις περιπτώσεις

εκείνες όπου η συγχώνευση γίνεται αποκλειστικά με το κριτήριο της μεγέθυνσης και με έλλειψη στρατηγικού οράματος να δοκιμάζονται οι προοπτικές του όλου εγχειρήματος με αβέβαιο τρόπο και να προκαλούνται αρνητικές επιδράσεις στη χρηματιστηριακή συμπεριφορά των αντίστοιχων μετοχών.

Σε πολλές περιπτώσεις οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις στηρίζονται σε a priori υποθέσεις που χαρακτηρίζονται αρκετά αισιόδοξες ή ίσως και υπερβολικές. Έχει παρατηρηθεί ότι στην έλευση κάθε τέτοιου γεγονότος επικρατεί αρχικά ένας άκρατος ενθουσιασμός και «προκαλούνται» φαινόμενα κατά τα οποία οι μετοχές των αντίστοιχων εταιριών κινούνται έντονα ανοδικά στο χρηματιστήριο αμέσως όταν ανακοινώνονται φιλόδοξοι σχεδιασμοί και επιχειρηματικά σχέδια για μελλοντικές εξαγορές και συγχωνεύσεις. Στη συνέχεια όμως, όταν μια εξαγορά και συγχώνευση προχωρήσει και αρχίσει να λαμβάνει «σάρκα και οστά», τότε εμφανίζονται εκείνα τα προβλήματα τα οποία αρχικώς είχαν υποτιμηθεί, είτε ηθελημένα είτε αθέλητα, από τις διοικήσεις των συμβαλλομένων επιχειρήσεων, με τις αντίστοιχες αρνητικές επιπτώσεις στους μετόχους, αλλά και στα οικονομικά αποτελέσματα των δύο ή περισσότερων μερών. Δηλαδή η «μεταμόρφωση» της αρχικής αισιόδοξιας σε μελλοντική ανησυχία και προβληματισμό αποτελεί συχνό φαινόμενο των επιχειρήσεων που επιδεικνύουν ενεργό δραστηριότητα σε εξαγορές και συγχωνεύσεις. Ο προβληματισμός αυτός όμως, δημιουργεί με τη σειρά του μια νέα αλυσίδα ζητημάτων που χρήζουν προσοχής από τη νέα διοίκηση της επιχείρησης, γιατί αποτελούν πηγές κινδύνων για τη μελλοντική ανάπτυξη και μεγέθυνσή της. Κατά συνέπεια, είναι πιθανόν να προκύψει ένας φαύλος κύκλος, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μην προλάβει να εστιάσει στα ουσιαστικά και επείγοντα θέματα που την απασχολούν με συνέπεια τόσο την αποδιοργάνωση των λειτουργιών, όσο και την καθυστέρηση στη λήψη των στρατηγικών αποφάσεων της.

Κύριες αιτίες συγχωνεύσεων

Οι κύριες αιτίες των συγχωνεύσεων είναι οι εξής:

- Επέκταση σε νέες αγορές
- Αύξηση του μεριδίου στην αγορά
- Ισχυροποίηση της θέσης στην αγορά
- Μείωση του λειτουργικού κόστους
- Πρόσβαση σε νέα προϊόντα
- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε μερικές από τις μεγαλύτερες συγχωνεύσεις που αφορούν κυρίως εταιρίες Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, εταιρίες τηλεπικοινωνιών και υπηρεσιών Internet. Δραστηριοποιούνται είτε στον ίδιο χώρο είτε σε συναφείς χώρους και μετά την συγχώνευση

δημιουργούνται δυνατότητες για την διακίνηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Κεφάλαιο 2

ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

2.1 AOL και Time Warner

Η Time Warner είναι το αποτέλεσμα της συγχώνευσης της Time και της Warner Communications το 1989 και της απόκτησης της Turner Broadcasting το 1996. Η Time Warner είχε έσοδα 28 δις δολάρια το 1998, ενώ οι πωλήσεις της αναμένεται να υπερδιπλασιαστούν στο εγγύς μέλλον. Με 200 παραρτήματα στον κόσμο η Time Warner είναι μια από τις σημαντικότερες παρουσίες γενικά στο χώρο των μέσων εκτός από το χώρο των εκδόσεων εφημερίδων και του ραδιοφώνου.

Μερικά από τα περιουσιακά στοιχεία της Time Warner είναι:

- Η πλειοψηφία των μετοχών στο αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο WB.
- Ο έλεγχος των μετοχών στα καλωδιακά τηλεοπτικά κανάλια CNN, Headline News, CNNfn, CNN International, TNT κ.α.
- Τα studio της Warner Bros, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες παραγωγής τηλεοπτικών σόου στον κόσμο.
- Η μεγαλύτερη αμερικανική εκδοτική ομάδα περιοδικών που περιλαμβάνει τα Time, People, Sports Illustrated και Fortune.
- Το Warner Music Group, μία από τις πέντε φίρμες που κυριαρχούν στην παγκόσμια βιομηχανία της ηχογραφημένης μουσικής.
- 150 παραρτήματα της Warner Bros.
- Μεγάλο ποσοστό μετοχών από τα μεγαλύτερα τηλεοπτικά κανάλια.

Και ο κατάλογος των περιουσιακών στοιχείων συνεχίζεται και είναι πολύ μακρύς.

Από την άλλη μεριά η AOL (American On Line), η μεγαλύτερη εταιρία παροχής υπηρεσιών internet στον κόσμο (Netscape κλπ), είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα εταιρίας της νέας εποχής. Δεν διαθέτει κεφάλαιο που να μεταφράζεται σε υλικοτεχνική υποδομή ανάλογη της βαριάς βιομηχανίας, αλλά διαθέτει τεχνική υποδομή νέων τεχνολογιών και αρκετούς πόρους σε μετοχές, οι οποίες μπορούν να μετακινούνται από χώρα σε χώρα και από ώρα σε ώρα με το πάτημα μερικών πλήκτρων του πληκτρολογίου ενός τερματικού. Με τα δεδομένα αυτά η AOL μπορεί να μη χρειάζεται εργαζόμενους, τουλάχιστον με την παραδοσιακή έννοια. Μπορεί κάλλιστα να διαθέτει εργαζόμενους σε διάφορα μέρη του πλανήτη, αφού όλη

η δουλειά μπορεί να διεκπεραιώνεται μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Έτσι έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει φθηνότερα εργατικά (δηλαδή «υπολογιστικά») χέρια, αλλά και να αποφύγει και βασικά προβλήματα όπως απεργίες, αφού οι εργαζόμενοι δεν θα γνωρίζονται μεταξύ τους ούτε καν θα έχουν ποτέ συναντηθεί.

Η συγχώνευσή τους, που χαρακτηρίστηκε ως «η συμφωνία του αιώνα», σημαίνει τη δημιουργία ενός κολοσσού αξίας 190 δις δολάρια, δηλαδή περίπου τετραπλάσια από το ελληνικό ΑΕΠ. Όπως δήλωσε ο πρόεδρος της εταιρείας, «είναι η πρώτη φορά που μια μεγάλη εταιρία internet συγχωνεύεται με μια μεγάλη εταιρία των media και οι δυνατότητες είναι άπειρες».

Η συγχώνευση των δύο εταιριών έρχεται σε μια περίοδο που οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις media στον κόσμο προσπαθούν να προσεταιριστούν τη δύναμη του Internet και οι επιχειρήσεις Internet προσπαθούν να εμπλουτίσουν το διαδίκτυο με προγράμματα ψυχαγωγίας και άλλα για να προσελκύσουν νέους πελάτες.

Οι επιπτώσεις αυτής της συμφωνίας στο παγκόσμιο στερέωμα των νέων τεχνολογιών και των επικοινωνιών θα φανούν προοδευτικά. Μία από τις πρώτες ενέργειες της νέας εταιρίας ήταν η πρόθεση για συγχώνευση της Time Warner και της EMI για τη δημιουργία μιας κολοσσιαίας δισκογραφικής εταιρίας με απώτερο στόχο τη διαδικτυακή μουσική. Η βρετανική EMI Music είναι από τις μεγαλύτερες δισκογραφικές εταιρίες στον κόσμο, ενώ η Time Warner κατέχει την πασίγνωστη εταιρία δίσκων Warner Music. Οι δύο εταιρίες θα ένωναν τις επιχειρηματικές δυνάμεις τους δημιουργώντας μια εταιρία αξίας 20 δις δολαρίων, με στόχο κυρίως τη νέα αγορά που αναπτύσσεται στο διαδίκτυο και έχει να κάνει με τη διάθεση προς download μουσικών κομματιών.

Η EMI είναι η μοναδική δισκογραφική εταιρία από τις πέντε μεγαλύτερες στον κόσμο (Warner Music, Sony Music, Universal Music, BMG και EMI) η οποία δεν έχει σχέση με κανέναν μεγάλο οργανισμό Media. Η EMI κατέχει τα δικαιώματα μερικών από τους σπουδαιότερους καλλιτέχνες όλων των εποχών, όπως οι Beatles, Rolling Stones κλπ.

Η πρόθεση για συγχώνευση προκάλεσε την έντονη αντίδραση της Κομισιόν. Αργότερα η ακύρωση της συμφωνίας των δύο εταιριών θα τεθεί ως όρος για να εγκριθεί τελικά η συγχώνευση AOL-Time Warner από τα όργανα προστασίας του υγιούς ανταγωνισμού στη Γηραιά Ήπειρο. Η Warner Music δεν προχωρά σε συγχώνευση με την EMI. Η Κομισιόν δίνει το πράσινο φως, ζητά όμως από την AOL να δεσμευτεί για τον περιορισμό των δεσμών μεταξύ της αμερικανικής εταιρείας και του γερμανικού κολοσσού μέσω ενημέρωσης, την Bertelsmann, θυγατρική της οποίας είναι η EMI.

Στις ΗΠΑ η συγχώνευση θα αποτελέσει θέμα προς εξέταση από τα αρμόδια κυβερνητικά όργανα τα οποία φοβούνται τη δημιουργία

μονοπωλιακού καθεστώτος στο χώρο των υπηρεσιών Internet και των Media.

Οι δύο εταιρείες στην προσπάθειά τους να πάρουν την έγκριση της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου (FTC) αποφασίζουν να επιτρέψουν την πρόσβαση στο καλωδιακό δίκτυο της Time Warner στην EarthLink, τον δεύτερο μεγαλύτερο παροχέα υπηρεσιών Internet των ΗΠΑ, συνάπτοντας σχετική συμφωνία.

Έντονη ήταν η αντίδραση και της Disney, ιδιοκτήτριας εταιρείας του τηλεοπτικού σταθμού ABC. Ζητά από την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου (FCC) να εξασφαλίσει όρους ίσης μεταχείρισης των τρίτων από την εταιρία που θα δημιουργηθεί, δηλώνοντας δια των εκπροσώπων της ότι «μια τέτοια ένωση κεφαλαίων παρέχει τη δυνατότητα στην εταιρία που θα προκύψει από τη συγχώνευση να δρά ως «κλειδοκράτορας», ευνοώντας τα δικά της τηλεοπτικά και άλλα προγράμματα, αποκλείοντας ταυτόχρονα τους παραγωγούς εκείνους που δεν αποτελούν μέλη της συμμαχίας».

2.2 Vodafone-German's Mannesmann

Η Vodafone Air Touch ιδρύθηκε το 1999, όταν ο όμιλος Vodafone αγόρασε την αμερικανική Air Touch Communications, δημιουργώντας μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις ασύρματων τηλεπικοινωνιών στον κόσμο.

Η Vodafone άρχισε από τις αρχές της δεκαετίας του '90 την επέκτασή της εκτός Βρετανίας, μέσω εξαγορών, θυγατρικών και μικτών επιχειρήσεων.

Η Mannesmann είναι μία από τις αρχαιότερες γερμανικές επιχειρήσεις. Ξεκίνησε ως χαλυβουργία το 1885 και γρήγορα επεκτάθηκε και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Με το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου, έχασε όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που είχε στο εξωτερικό και την Ανατολική Γερμανία. Οι σύμμαχοι μάλιστα τη διέσπασαν σε τρεις χωριστές επιχειρήσεις, οι οποίες όμως επανενώθηκαν το 1955.

Από το 1989 η Mannesmann εισήλθε στον χώρο των τηλεπικοινωνιών, στον οποίο έχει μπει δυναμικά τα τελευταία χρόνια, μετά την παρακμή των ευρωπαϊκών χαλυβουργιών. Διαθέτει μεταξύ άλλων το 25% της ιταλικής Olimpia, μιας κοινής επιχείρησης τηλεπικοινωνιών με την Olivetti.

Τον Φεβρουάριο του 2000 ο βρετανικός κολοσσός της κινητής τηλεφωνίας Vodafone Air Touch ανακοινώνει ότι συμφωνήθηκε η εξαγορά της Mannesmann AG, μιας από τις μεγαλύτερες εταιρίες τηλεπικοινωνιών της Γηραιάς Ηπείρου, με τίμημα \$173 δις. Επρόκειτο για τη μεγαλύτερη επιθετική προσφορά που κατέθεσε ποτέ ευρωπαϊκή εταιρία. Με τη συμφωνία δόθηκε τέλος σε ένα σήριαλ που εξελίχθηκε τόσο μεταξύ των δύο

εταιριών και τις αίθουσες συσκέψεων, όσο και στα πρωτοσέλιδα του τύπου και τις διεθνείς χρηματαγορές.

Η προσπάθεια της Vodafone για την εξαγορά της Mannesmann είχε εξελιχθεί σε αγγλογερμανικό πόλεμο. Αποδείχθηκε για μια ακόμη φορά ότι παρά την κατάργηση των εθνικών συνόρων, ο εθνικισμός παραμένει ισχυρός στην Ε.Ε., ακόμη κι όταν πρόκειται για επιχειρήσεις.

Είχαν προηγηθεί δύο προσφορές της Vodafone, της μεγαλύτερης εταιρίας κινητής τηλεφωνίας στον κόσμο και μητρικής εταιρίας της ελληνικής Panafon, τις οποίες η Mannesmann είχε απορρίψει, θεωρώντας πως δεν αντιστοιχούσαν στην πραγματική αξία του μετοχικού της κεφαλαίου.

Σε μια πρωτοφανή διάθεση ενότητας, η γερμανική κοινή γνώμη, ο τύπος και οι πολιτικοί ήταν αντίθετοι με την εξαγορά της Mannesmann. Δεν ήθελαν το καμάρι της γερμανικής χαλυβουργίας και των τηλεπικοινωνιών, να πέσουν σε ξένα χέρια.

Η διεύθυνση της Mannesmann έθετε όρο για κάθε διαπραγμάτευση τη δέσμευση της βρετανικής εταιρίας ότι το 58,5% της προτεινόμενης νέας εταιρίας θα περιέλθει στους μετόχους της Mannesmann. Η Vodafone απέκλειε το ενδεχόμενο αυτό, καθώς οι μέτοχοί της είχαν στείλει το μήνυμα ότι δεν θα δεχθούν να παραχωρηθεί ποσοστό ανώτερο του 50%. Η Vodafone ξεκίνησε έναν «ανένδοτο» αγώνα, καταθέτοντας τη μία προσφορά επιθετικής εξαγοράς μετά την άλλη και ανεβάζοντας κάθε φορά το ποσό που έδινε για κάθε μετοχή της γερμανικής εταιρίας.

Η συμφωνία στην οποία κατέληξαν οι δύο πλευρές προέβλεπε η Vodafone να ελέγχει το 50,5 % των μετοχών της Mannesmann, ενώ οι μέτοχοι της γερμανικής εταιρίας θα διατηρήσουν το 49,5%.

Ωστόσο η μάχη αυτή δεν ήταν χωρίς απώλειες για το βρετανικό κολοσσό, καθώς για να διασκεδάσει τους φόβους περί μονοπωλίων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αναγκάστηκε να παραχωρήσει στην France Telecom αντί του ποσού των \$25,1 δις τη βρετανική εταιρία κινητής τηλεφωνίας Orange Plc, την οποία είχε αποκτήσει τον Δεκέμβριο του 1999 η Mannesmann. Σύμφωνα με τους όρους της συμφωνίας, η Vodafone Air Touch αποκτά τον έλεγχο του μετοχικού κεφαλαίου της γαλλικής εταιρίας σε ποσοστό λίγο μικρότερο του 10%.

Η συγχώνευση της Vodafone και της Mannesmann είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία της μεγαλύτερης εταιρίας τηλεπικοινωνιών στον κόσμο. Η νέα εταιρία παρέχει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και υπηρεσίες Internet, δύο αντικείμενα που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Το ποσό που προσέφερε η Vodafone για την απόκτηση της Mannesmann αποτελεί ρεκόρ με δεύτερο μεγαλύτερο ποσό που έχει προσφερθεί για συγχώνευση, αυτό της AOL (\$131 δις) για την απόκτηση της Time Warner.

Η νέα εταιρία έχει 42.4 δις πελάτες στην κινητή τηλεφωνία που είναι διασκορπισμένοι σε 25 χώρες, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται οι ΗΠΑ, Γερμανία, Αγγλία και Ιταλία. Οι ειδικοί λένε ότι η συγχώνευση δίνει στην Vodafone τεράστιες ευκαιρίες για να χτυπήσει τους ανταγωνιστές της. Είναι σε θέση να προσφέρει δελεαστικά πακέτα για νέους κατόχους κινητών τηλεφώνων σε πολλές χώρες. Ο πρόεδρος της νέας εταιρίας δηλώνει ότι «πράγματι η Vodafone βρίσκεται σε πολύ καλή θέση σε σύγκριση με τις άλλες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας».

2.3 US Viacom και CBS

Η Viacom ιδρύθηκε το 1986 στην Delaware. Το 1994 απέκτησε την εταιρία Paramount. Τον Σεπτέμβριο του ίδιου χρόνου συγχωνεύθηκε με την Blockbuster Entertainment Corporation. Τον Ιούνιο του 1999 αγόρασε την Spelling Entertainment Group και τον Απρίλιο του 2000 απέκτησε την UPN.

Τα ενδιαφέροντα της εταιρίας είναι από films και TV μέχρι βιβλία και εφαρμογές Internet. Δραστηριοποιείται σε περισσότερες από εκατό χώρες στον κόσμο, στην Ευρώπη, την Ασία, την Αφρική, την Αυστραλία, την Νότια και τη Βόρεια Αμερική. Τα προγράμματά της ακούγονται στα Ισπανικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά, Νορβηγικά, Σουηδικά, Ρωσικά και ακόμη στα Κινέζικα και Γιαπωνέζικα.

Απ' την άλλη μεριά η CBS έχει 14 τηλεοπτικούς σταθμούς, ραδιοφωνικούς σταθμούς, δισκογραφικές εταιρίες και περιοδικά.

Τον Σεπτέμβριο του 1999 η Viacom και η CBS ανακοίνωσαν την πρόθεσή τους να συγχωνευθούν. Τον Απρίλιο του 2000 η διαδικασία συγχώνευσης ολοκληρώθηκε.

Χαρακτηρίζεται ως συγχώνευση ίσων. Είναι μία από τις μεγαλύτερες συγχωνεύσεις γιατί προέκυψε ένας κολοσσός αξίας \$80 δις, η μεγαλύτερη εταιρία στον κόσμο παραγωγής, προώθησης και διανομής υπηρεσιών ψυχαγωγίας, ειδήσεων, σπορ και μουσικής. Δραστηριοποιείται στον ίδιο χώρο με την Time Warner, την Disney και την News Corporation. Η νέα εταιρία έχει το όνομα Viacom και είναι η εταιρία με τους περισσότερους τηλεοπτικούς σταθμούς (14 είχε η CBS και 19 η Viacom και μάλιστα σε πέντε πόλεις είχαν σταθμούς και οι δύο εταιρίες), τους περισσότερους ραδιοφωνικούς σταθμούς, τη μεγαλύτερη διαφημιστική εταιρία, τα μεγαλύτερα τηλεοπτικά και κινηματογραφικά studios και μία απ' τις μεγαλύτερες εταιρίες υπηρεσιών Internet.

2.4 UK Carlton Communications και United News and Media (UNM)

Τον Φεβρουάριο του 2000 οι εταιρίες Carlton Communications και United News and Media ανακοίνωσαν την συγχώνευσή τους. Στη νέα εταιρία η Carlton έχει το 52% και η United News and Media το 48%. Με τη συγχώνευση αυτή δημιουργήθηκε η μεγαλύτερη τηλεοπτική εταιρία στη Μεγάλη Βρετανία και μια μεγάλη δύναμη στις νέες εφαρμογές των media.

Στόχος της νέας εταιρίας είναι να ισχυροποιήσει τη θέση της στην παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων και να γίνει ανταγωνιστική διεθνώς. Σκοπεύει ακόμη να ενισχύσει το δίκτυο ITV, να προωθήσει και να αναπτύξει την ψηφιακή τηλεόραση και να επεκτείνει τις δραστηριότητές της στις υπηρεσίες Internet, στις οποίες δίνει ιδιαίτερη σημασία. Ο υπεύθυνος της εταιρίας δηλώνει ότι μ' αυτές τις δραστηριότητες – τηλεοπτικά κανάλια, παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων και Internet – μια εταιρία έχει μεγάλη πιθανότητα να καταλάβει μια ισχυρή θέση στην παγκόσμια αγορά των media. Ένας άλλος τομέας επίσης, στον οποίο επιδιώκουν την αύξηση των κερδών είναι ο τομέας της διαφήμισης.

Κοινή πεποίθηση των δύο συγχωνευομένων πλευρών είναι ότι οι παραπάνω στόχοι πολύ πιο εφικτοί μετά την συγχώνευση.

2.5 US West and Qwest Communications International

Η US West είναι μια απ' τις μεγαλύτερες εταιρίες επικοινωνίας (service Provider) με περισσότερα από \$13 δις ετήσια κέρδη. Η US West πρωταγωνιστεί στην βιομηχανία ανάπτυξης νέας γενιάς ADSL και VDSL για πρόσβαση στο Internet και data/video services. Προσφέρει wireless service η οποία επιτρέπει την επικοινωνία των wireless PCs των πελατών με τα τηλέφωνα του σπιτιού ή του γραφείου. Παρέχει επίσης multimedia advertising services συμπεριλαμβανομένου και του Internet. Η εταιρία έχει ένα ευρύ δίκτυο οπτικών ινών στις ΗΠΑ και παρέχει υπηρεσίες σε περισσότερα από 25 εκατομμύρια πελάτες σε 14 πολιτείες. Παρέχει ακόμη wireless services σε περισσότερους από 500000 πελάτες και data services σε περισσότερους από 800000 πελάτες σε όλες τις ΗΠΑ.

Η US West συγχωνεύθηκε με την Qwest Communications International Inc., τον Ιούλιο του 1999 με αποτέλεσμα την δημιουργία μιας μεγάλης εταιρίας με 64000 εργαζόμενους σε ολόκληρο τον κόσμο. Η US West και η Qwest με τη συγχώνευσή τους δημιούργησαν μια παγκόσμια ισχυρή εταιρία στο χώρο των τηλεπικοινωνιών και ιδιαίτερα στο χώρο των δικτύων οπτικών ινών και των Internet Providers. Οι δύο εταιρίες μαζί έχουν δίκτυο

οπτικών ινών μεγαλύτερο από δύο εκατομμύρια μίλια και 29 εκατομμύρια πελάτες.

Σε λίγο καιρό όμως από τη συγχώνευση άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα προβλήματα. Από τη μεριά της Qwest (η οποία πρέπει να σημειώσουμε αρνήθηκε πρόταση της γερμανικής Deutsche Telecom (DT) για συγχώνευση) εκφράζεται δυσανεμία για τη συγχώνευση γιατί, κατά την άποψή της, η US West δεν κάνει τις απαραίτητες κινήσεις για να προσαρμοσθεί στις απαιτήσεις της αγοράς και χάνει πολύτιμο χρόνο, με αποτέλεσμα δυσάρεστες συνέπειες για την νέα εταιρία.

2.6 MCI WorldCom-Sprint: Μια συγχώνευση που δεν έγινε ποτέ

Η εταιρία MCI WorldCom, η δεύτερη σε μέγεθος τηλεπικοινωνιακή εταιρία των ΗΠΑ ανακοίνωσε ότι έκανε πρόταση εξαγοράς στην Sprint, την τρίτη σε μέγεθος τηλεπικοινωνιακή εταιρία των ΗΠΑ, η αξία της οποίας ξεπερνά τα 40 δις δολάρια. Η πρόταση αφορούσε εξαγορά με καταβολή μετοχών, ενώ η MCI WorldCom είχε σκοπό να διαχωρίσει στη συνέχεια το wireless τμήμα της Sprint (Sprint PCS) και να το μετατρέψει σε ξεχωριστή εταιρία. Αν και η Sprint PCS έχει μια χρηματιστηριακή αξία της τάξεως των τριάντα δις δολαρίων, η κερδοφορία της είναι ιδιαίτερα χαμηλή και τυχόν ενσωμάτωσή της στα οικονομικά αποτελέσματα της MCI WorldCom θα δημιουργούσε άσχημη εικόνα.

Η υλοποίηση αυτής της συγχώνευσης θα οδηγούσε σε έναν πραγματικό κολοσσό. Η σχετικά πρόσφατη εξαγορά της MCI από την WorldCom, ιδιοκτήτρια της Unet, ενός από τους μεγαλύτερους carrier διεθνώς, «απειλήσε» προς στιγμή να δημιουργήσει μονοπωλιακές καταστάσεις στη διεθνή αγορά των ISPs, εφόσον το Internet «τμήμα» της MCI συγχωνευόταν με την Unet, κάτι που αποφεύχθηκε μετά από παρέμβαση τόσο της αμερικανικής κυβέρνησης όσο και των Βρυξελλών.

Η Sprint κατέχει και αυτή ένα μεγάλο μερίδιο στην αγορά των Internet carriers, σημαντικότερη όμως θεωρείται η παρουσία της στην εσωτερική τηλεπικοινωνιακή αγορά των ΗΠΑ, όπου η συγχώνευσή της με την MCI WorldCom θα απορροφούσε ποσοστό πάνω από το 30% στην «αγορά» των υπεραστικών κλήσεων.

Η συγχώνευση συνάντησε εξαρχής έντονες αντιδράσεις εκατέρωθεν του Ατλαντικού.

Τον Μάρτιο του 2000 υποβλήθηκε στην Κομισιόν γραπτή ερώτηση σχετική με την επερχόμενη συγχώνευση MCI WorldCom και της Sprint. Το περιεχόμενο της επιστολής ήταν το εξής:

«Βρίσκεται σήμερα ενώπιον της Επιτροπής μια υπόθεση ανταγωνισμού εξαιρετικής σημασίας για την ανάπτυξη του Internet, της τεχνολογίας της πληροφορικής και των επικοινωνιών στην ευρωπαϊκή κοινή αγορά, η προτεινόμενη συγχώνευση των εταιριών MCI WorldCom και Sprint.

1. Η συγχώνευση των εταιριών MCI WorldCom και Sprint απειλεί να θέσει το Internet υπό τον ασφυκτικό και απαράδεκτο έλεγχο μιας εταιρίας. Εκτιμήσεις τρίτων μερών τοποθετούν το συνδυασμένο μερίδιο της MCI WorldCom και της Sprint στην αγορά φερόντων δικτύων του Internet μεταξύ 43 και 70%. Η προτεινόμενη συγχώνευση θα έδινε στην MCI WorldCom-Sprint τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τη δεσπόζουσα θέση της προκειμένου να καθορίσει τους όρους και τις τιμές κρίσιμων συνδέσεων φερόντων δικτύων του Internet με ευρωπαϊκά φέροντα δίκτυα, πράγμα που με τη σειρά του θα έθετε υπό τον έλεγχό της τόσο τους φορείς παροχής υπηρεσιών Internet όσο και το περιεχόμενο και τους κόμβους εισόδου-εξόδου.

Τι μέτρα σκοπεύει να λάβει η επιτροπή προκειμένου να αποτρέψει την προτεινόμενη συγχώνευση MCI WorldCom και Sprint από το να δημιουργήσει μια ανεπιθύμητη και επιζήμια για τον ανταγωνισμό συγκέντρωση μεταξύ των μεγάλων φορέων παροχής φερόντων δικτύων Internet η οποία θα απέβαινε εις βάρος της ανάπτυξης και της διάδοσης του Internet στην Ευρώπη;

2. Το 1998, όταν η Επιτροπή κίνησε διαδικασία για να αποτρέψει τη συνένωση των φερόντων δικτύων της MCI και της WorldCom, απαιτώντας την πώληση των μετοχών της MCI Internet η οποία περιήλθε υπό τον έλεγχο της Cable & Wireless, ανεγνώρισε τον άμεσο και σημαντικό κίνδυνο για τον ανταγωνισμό που αντιπροσώπευε η συνένωση αυτή. Το ιστορικό της αναγκαστικής πώλησης των φερόντων δικτύων Internet της MCI στην Cable & Wireless αποδεικνύει ότι το μέτρο της αναγκαστικής πώλησης φερόντων δικτύων Internet από μόνο του δεν αρκεί. Η ολοκληρωμένη φύση των φερόντων δικτύων Internet της MCI, σε συνδυασμό με τις προσπάθειες που κατά τα φαινόμενα κατάβαλε η MCI WorldCom να μην συμμορφωθεί παρά μόνον εν μέρει με τους όρους της αναγκαστικής πώλησης και με το γεγονός ότι η Cable & Wireless δεν διέθετε αναγνωρισμένη παρουσία στην αγορά, τεχνογνωσία και υποδομή στην αγορά φερόντων δικτύων Internet, είχαν ως αποτέλεσμα τη σημαντική εξασθένιση ενός φορέα μεγάλου ειδικού βάρους στην αγορά υπηρεσιών Internet.

Εάν η επιτροπή αποφασίσει ότι απαιτείται αναγκαστική πώληση, πως θα οργανώσει την αναγκαστική πώληση του Internet της Sprint ή του Unet της MCI WorldCom έτσι ώστε να διατηρηθεί η ανταγωνιστική ισορροπία μεταξύ των μεγάλων φορέων παροχής φερόντων δικτύων Internet;»

Η απάντηση της Επιτροπής ήταν η παρακάτω:

«Η προτεινόμενη συγχώνευση των εταιριών MCI και Sprint κοινοποιήθηκε στην Επιτροπή στις 11 Ιανουαρίου 2000. Στις 21 Φεβρουαρίου 2000, η Επιτροπή αποφάσισε να αρχίσει το δεύτερο στάδιο έρευνας όσον αφορά τις επιπτώσεις της προτεινόμενης πράξης στον ανταγωνισμό. Η Επιτροπή θα έχει ολοκληρώσει την έρευνά της μέχρι τις 12 Ιουλίου 2000. Ένα από τα θέματα στα οποία θα εστιασθεί κατ' αυτήν την δεύτερη φάση της έρευνας είναι η σύνδεση με το Internet όπου υπάρχουν σοβαρές ανησυχίες ότι η συνένωση αυτή θα είναι ικανή να επηρεάζει την αγορά ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές και τους πελάτες. Καθώς η έρευνα δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμα, είναι πολύ νωρίς να βγάλουμε συμπεράσματα όσον αφορά τις επιπτώσεις πάνω στον ανταγωνισμό της αγοράς όσον αφορά τη σύνδεση με το Internet και πιο πολύ ακόμα στις πιθανές λύσεις που θα προταθούν από τα κοινοποιούντα μέρη για την επίλυση οποιουδήποτε θέματος ανταγωνισμού».

Τελικά η Επιτροπή αποφάσισε να μην επιτρέψει την συγχώνευση και στις 13 Ιουλίου 2000 η MCI WorldCom και η Sprint ανακοινώνουν ότι εγκαταλείπουν οριστικά το σχέδιο συγχώνευσής τους, το οποίο είχε γίνει αφορμή για αρκετά πρωτοσέλιδα όταν εξαγγέλθηκε. Επρόκειτο για μια πολύ σημαντική συμφωνία, τόσο από άποψη μεγεθών (το ύψος της ανερχόταν σε 120 δις δολάρια), όσο και από άποψη σπουδαιότητας, καθώς η εταιρία που θα προέκυπτε θα κατείχε ιδιαίτερη βαρύτητα τόσο στην αμερικανική αγορά των υπεραστικών κλήσεων, όσο και στον τομέα του Internet.

Κεφάλαιο 3

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗΣ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι ανακατατάξεις τις οποίες προκάλεσε η παγκοσμιοποίηση των αγορών σε συνάρτηση με την αναγκαιότητα για γοργή προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες οξυτάτες συνθήκες ανταγωνισμού που προϋποθέτουν διευρυμένα εταιρικά σχήματα οδήγησαν σε διαδοχικές επιχειρηματικές συμπράξεις μεγάλου βεληνεκούς, τόσο μέσα στις ίδιες χώρες, όσο και μεταξύ διαφορετικών χωρών ή διαφορετικών ηπείρων. Από παλιότερα η απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου «άνοιξε» τα σύνορα για τις επιχειρήσεις και κατήργησε τους περιορισμούς στην παραγωγική και εμπορική δραστηριότητά τους. Επίσης οι νέες συνθήκες που δημιουργήθηκαν από τη λεγόμενη παγκοσμιοποίηση προσέφεραν πλήθος επιχειρηματικών ευκαιριών και ταυτόχρονα αύξησαν τις ανάγκες των επιχειρήσεων σε κεφάλαια με σκοπό την ενδυνάμωση τόσο της χρηματοοικονομικής δομής τους όσο και της διαπραγματευτικής ικανότητάς

τους απέναντι στις «εν δυνάμει» ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Κατά συνέπεια, στο σημερινό περιβάλλον η βελτίωση της παρουσίας των επιχειρηματικών μονάδων στο διεθνές εμπόριο με την ενίσχυση των δικτύων παραγωγής, διανομής και προώθησης των αγαθών και υπηρεσιών τους θα πρέπει να θεωρείται σχεδόν επιβεβλημένη. Είναι ενδεικτικό ότι σταδιακά παύουν να υπάρχουν αμερικανικές, γερμανικές ή ιαπωνικές επιχειρήσεις. Η χώρα προέλευσης χάνει το «νόημά» της όταν πρόκειται για πολυδαίδαλους ομίλους εταιριών, οι οποίοι από τη μία πλευρά, μπορούν να διαθέτουν χρηματοοικονομικά κέντρα στις αναπτυγμένες οικονομίες (Β. Αμερικής ή Ευρώπης) και από την άλλη πλευρά, να κατέχουν εργοστασιακές μονάδες σε χώρες της Ασίας ή της Αφρικής. Η απελευθέρωση λοιπόν των αγαθών καθιστά επιθετικότερες τις μεγάλες επιχειρήσεις κάθε παραγωγικού κλάδου και επιτάσσει την ταχύτερη αναζήτηση εταιριών «στόχων» στο παγκόσμιο περιβάλλον ανταγωνισμού.

Παρατηρούμε ότι όλες οι εταιρίες τηλεπικοινωνιών με τις συγχωνεύσεις τους έχουν δύο κοινούς στόχους:

- Να διευρύνουν τις δραστηριότητές τους στο χώρο των υπηρεσιών Internet επιδιώκοντας συγχωνεύσεις με εταιρίες πληροφορικής .

Οι σημαντικές τεχνολογικές αλλαγές είναι ένα ακόμη καθοριστικό στοιχείο για την εξέλιξη των εξαγορών και συγχωνεύσεων, αφού μέσω αυτών γίνεται με σαφέστερο τρόπο αντιληπτή η ανάγκη ταχείας ανάπτυξης και αναδιάρθρωσης της οργανωτικής δομής των επιχειρήσεων που θέλουν να διασφαλίσουν έναν διεθνοποιημένο ρόλο. Η συνεχιζόμενη «επανάσταση» της τεχνολογίας με την παράλληλη ανάπτυξη των εφαρμογών των δικτύων και των τηλεπικοινωνιών εντείνει τις συνθήκες του ανταγωνισμού αναγκάζοντας ακόμη και τις μη συναφείς με τον τομέα της πληροφορικής εταιρίες να εξαπλώσουν τις δραστηριότητές τους σε αυτούς τους υποσχόμενους αλλά και ζωτικής σημασίας τομείς. Η εξάπλωση του διαδικτύου αποτελεί ένα σημαντικά αναπτυσσόμενο τμήμα των πωλήσεων και των κερδών των επιχειρήσεων, αλλά με έναν τρόπο άμεσης επαφής της επιχείρησης με ανταγωνιστές, συμμάχους, καταναλωτές και προμηθευτές της σε καθημερινή βάση. Το γεγονός αυτό αναγκάζει πολλές επιχειρήσεις να αναζητήσουν εταιρίες «στόχους» που διαθέτουν αναπτυγμένη τεχνογνωσία στο πεδίο του κυβερνοχώρου (Cybernet) και οι οποίες μπορούν να τους επιλύσουν σοβαρά προβλήματα δραστηριοποίησής τους σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον.

- Να διευρύνουν τις δραστηριότητές τους στην αγορά των ΗΠΑ και να συγχωνευθούν με εταιρίες που διαθέτουν πολύ καλό δίκτυο διανομής.

Κατά γενική παραδοχή, το κλειδί για να γίνει κανείς κολοσσός στο χώρο των τηλεπικοινωνιών είναι να έχει μια ισχυρή βάση στις ΗΠΑ, οι οποίες είναι με διαφορά η μεγαλύτερη και πιο σταθερή εμπορική αγορά. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο, η Bertelsmann βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες

αμερικανικές εταιρίες μουσικής, έκδοσης περιοδικών και βιβλίων. «Θέλουμε να γίνουμε μια επιχείρηση παγκόσμιας κλάσεως και για να το επιτύχουμε αυτό γνωρίζουμε ότι πρέπει να γίνουμε μεγαλύτεροι στην Αμερική», δήλωσε ο υπεύθυνος του τηλεοπτικού σταθμού Pearson. Το μυστικό των «πρώτων» εταιριών βρίσκεται στην ικανότητα να συνδυάζουν τις παραγωγικές δυνατότητες με τα δίκτυα διανομής τους.

Οι συγχωνεύσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι μεταξύ εταιριών που δραστηριοποιούνται κατά ένα μεγάλο ποσοστό στον ίδιο χώρο εκτός από την περίπτωση της AOL και Time Warner.

Οι συναφείς λοιπόν εταιρίες, πέρα από τους γενικούς στόχους που αναφέρθηκαν παραπάνω, με τις συγχωνεύσεις επεδίωξαν γεωγραφική επέκταση, ισχυροποίηση της θέσης τους στην αγορά και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Στην περίπτωση της AOL και της Time Warner έχουμε την συγχώνευση δύο εταιριών που δεν δραστηριοποιούνται στον ίδιο χώρο, μιας εταιρίας υπηρεσιών Internet και μιας εταιρίας δημιουργίας ψυχαγωγικού υλικού. Η συγχώνευσή τους όμως θα συντελούσε στην καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των προϊόντων και των δύο επιχειρήσεων.

Στόχος αυτής της συγχώνευσης ήταν, από την μια μεριά, η δημιουργία μιας τεράστιας εταιρίας παροχής υπηρεσιών Internet, που θα μπορεί να ελέγχει ένα μεγάλο τμήμα της παγκόσμιας αγοράς και από την άλλη η καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση όλου αυτού του τεράστιου υλικού που έχει στην κατοχή της η Warner και ταυτόχρονα βέβαια η παγκόσμια εξάπλωση και ο έλεγχος όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μερίδιου της αγοράς.

Για την επίτευξη λοιπόν αυτού του στόχου η κατά πολύ μικρότερη AOL κατάφερε να «καταπιεί» την τεράστια Warner. Γιατί συνέβη αυτό. Όχι βέβαια γιατί έκαναν λάθος κίνηση τα διευθυντικά στελέχη της Warner, αλλά γιατί κοίταξαν δέκα χρόνια μπροστά και εκτίμησαν ότι την δυναμική εξέλιξης την έχει η AOL και όχι η Warner. Κατάλαβαν ότι το μέλλον, τόσο στην προσέγγιση της νέας αγοράς, όσο και στις υπηρεσίες που θα επιτύχουν αυτή την προσέγγιση θα οριστεί από την AOL. Αυτή είναι η ευέλικτη, αυτή θα φέρει τα γρήγορα κέρδη και όχι η Warner που δρούσε στα πλαίσια μιας κορεσμένης αγοράς. Το μέλλον ανήκει στις υπηρεσίες Internet. Οι δύο εταιρίες λοιπόν, μαζί σκοπεύουν να προάγουν το Internet στην εγκυρότερη και ταχύτερη μορφή ενημέρωσης και παροχής υπηρεσιών και ψυχαγωγίας. Παράλληλα όλο αυτό το τεράστιο υλικό που έχει στην κατοχή της η Warner θα μπορεί να διατεθεί μέσω ψυχαγωγικών υπηρεσιών του διαδικτύου.

Κεφάλαιο 5

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Είναι βέβαιο ότι βρισκόμαστε σε μια εποχή συνεχών αλλαγών στο χώρο της τεχνολογίας, αλλά και της ίδιας της οικονομίας της αγοράς. Οι μετοχές υψηλής τεχνολογίας, με την τεράστια χρηματιστηριακή αξία τους, αποτελούν δέλεαρ για τις επιχειρήσεις μέσων ενημέρωσης. Παράλληλα οι εταιρίες μέσων ενημέρωσης αποτελούν όχημα για την επέκταση σε παγκόσμιο επίπεδο των επιχειρήσεων Internet, χάρη στην επιχειρηματική τους υποδομή. Οι μεγάλες εταιρείες του χώρου της ψυχαγωγίας, των τηλεπικοινωνιών και της παροχής υπηρεσιών ενώνονται και φτιάχνουν ακόμη μεγαλύτερους κολοσσούς, για να έχουν ακόμη μεγαλύτερο έλεγχο της αγοράς. Μιας αγοράς που κινείται ολοένα προς την ψηφιοποίηση των δεδομένων και τη δικτυακή ανταλλαγή τους. Ό, τι μπορεί να ψηφιοποιηθεί (βιβλία, μουσική, πληροφορίες, ειδήσεις, ταινίες κλπ) θα γίνεται αντικείμενο μαζικής διάθεσης μέσω προηγμένων τεχνολογικών συστημάτων.

Η κυριαρχία σ' ολόκληρο τον κόσμο αυτών των ελάχιστων εταιριών τηλεπικοινωνιών είναι κάτι περισσότερο από ένα απλό οικονομικό γεγονός. Πληροφορία και γνώση, αξίες και ηθική, αισθητικές και τρόποι ζωής κατευθύνονται και μεταδίδονται από ελάχιστες εταιρίες σ' ολόκληρο τον κόσμο με αποτέλεσμα να επηρεάζουν το κοινό και να το ομογενοποιούν.

Η Διεθνής Ομοσπονδία δημοσιογράφων μιλά για κινδύνους που απειλούν τη δημοκρατία και την ελευθερία του λόγου, λόγω της υπερσυγκέντρωσης ετερόκλητων μέσων ενημέρωσης και πληροφόρησης, υπό τη στέγη μιας αυτοκρατορίας. Αναφερόμενη στη συγχώνευση AOL και Warner επισημαίνει ότι «η συγχώνευση αυτή ενδέχεται να επαναπροσδιορίσει τις λέξεις διασκέδαση, επικοινωνία και εμπόριο, αλλά ενδέχεται να απειλήσει και τη δημοκρατία, τον πλουραλισμό και την ποιότητα των μέσων ενημέρωσης. Παρακολουθούμε την κυριαρχία μιας χούφτας επιχειρήσεων που ελέγχουν την πληροφόρηση και το πώς η πληροφόρηση φτάνει στον κόσμο. Αν δεν ληφθούν μέτρα που να εξασφαλίζουν τη δημοσιογραφική ανεξαρτησία, αντιμετωπίζουμε σοβαρό κίνδυνο όσον αφορά τη διαφορετικότητα των μέσων ενημέρωσης». Προσθέτει επίσης την ανάγκη να υπάρξουν χριστές ρυθμίσεις όσον αφορά τις επιχειρήσεις πληροφόρησης και τις επιχειρήσεις μετάδοσης συστημάτων πληροφόρησης (υπονοεί προφανώς τις εταιρίες παροχής υπηρεσιών Internet), για να εξασφαλιστεί η ανεξαρτησία.

«Ειδικά όμως θα έχουμε επιχειρήσεις θυρωρούς που θα ελέγχουν τη ροή πληροφόρησης, η οποία θα καθορίζει το περιεχόμενο με βάση την επιχειρηματική τους στρατηγική».

Όλες λοιπόν αυτές οι παγκόσμιες επιχειρήσεις, που είναι αποτελέσματα συγχωνεύσεων και δραστηριοποιούνται στο χώρο των τηλεοπτικών και κινηματογραφικών παραγωγών και στο χώρο των υπηρεσιών Internet, έχουν αναμφισβήτητα μια τεράστια εξουσία. Μια εξουσία που τις επιτρέπει να προσεγγίζουν τεράστια πλήθη ατόμων, να τους προτείνουν τα μηνύματά τους, να τους υποβάλλουν τις ιδέες τους και τελικά να τους επηρεάζουν στις ποικίλες επιλογές της ζωής και της δραστηριότητάς τους.

Βιβλιογραφία

www.businessweek.com
www.brook.edu
www.nova.bsuvc.bsu.edu
www.vnunet.com
www.in.gr
www.time.com
<http://media.gurdian.co.uk>
<http://www.hotoffice.com>
<http://www.cyrev.net>
www.vodafone.com
www.billcom.com
<http://www.mediatel.co.uk>
<http://www.dtg.org.uk>
<http://www.competition-commission.org.uk>
<http://e-gateway.net>
<http://joidesk.com>
<http://www.uswest.com>