

ŠTA SE DEŠAVA NA SRPSKOM TRŽIŠTU TELEKOMUNIKACIJA

Jednačine sa više nepoznatih

Srpsko tržište telekomunikacija u zadnje vreme nalazi se u žiži javnosti. Iako dobar deo ove polemike ima političku konotaciju, pokušaćemo da ovde objasnimo druge dve dimenzije ovog problema, a to su tehničko-tehnološka i poslovna dimenzija.

Domaće tržište telekomunikacija je u velikoj meri konsolidovano i svodi se na nekoliko igrača: Telekom Srbija, SBB, Orion, Sat-Trakt, PTT Kablovske mreže u oblasti fiksnih telekomunikacionih usluga (fiksna telefonija, internet, medijski sadržaji) i Telekom Srbija, Telenor i VIP u oblasti mobilne telefonije. Svi ostali „manji igrači“ su postali plen ovih velikih igrača.

Tržište telekomunikacionih usluga u Srbiji vredelo je oko 1,75 milijardi evra - to je podatak iz izveštaja RATEL-a za 2019. godinu. Tokom prošle godine verovatno je poraslo na oko 1,8 milijardi evra, a u 2021. godini realno je očekivati da dostigne i 1,85 milijardi evra

Za sveobuhvatno sagledavanje situacije treba uzeti u obzir i podatak da je ukupno tržište telekomunikacionih usluga u Srbiji iznosilo oko 1,75 milijardi evra na godišnjem nivou (poslednji podatak iz izveštaja RATEL-a iz 2019. godine), da je tokom prošle godine verovatno poraslo na oko 1,8 milijardi evra, a da je u 2021. godini realno očekivati da dostigne i 1,85 milijardi evra. Uz to, statistike pokazuju da prosečan stanovnik Srbije troši oko 5.500 dinara mesečno na telekomunikacione usluge, što je 10 odsto prosečne plate. Ovaj broj predstavlja jedan od najvećih prosečnih udela u novčaniku za telekomunikacione usluge u Evropi, pa nije ni čudo što se na tržištu Srbije vodi pravi mali „rat“.

I dok Telekom Srbija jeste jedini pravi „incumbent“ operator na tržištu, SBB, Telenor i VIP imaju samo deo usluga koje mogu da ponude na tržištu. Tako SBB

posluje samo u oblasti fiksnih usluga, a Telenor i VIP samo u mobilnim uslugama na tržištu. I tu ulazimo u nešto što bih nazvao matematičkim rešavanjem sistema jednačina sa više nepoznatih. Priroda tržišta kaže da je logično da se neki od ovih igrača moraju konsolidovati i ponuditi celokupan spektar usluga, poput Telekoma, ukoliko žele dalje da rastu, jer je tržište, što se tiče broja korisnika, vrlo blizu svog maksimuma. Ovo može da se desi samo na dva načina: organski, izgradnjom infrastrukture i akvizicijom novih korisnika, ili kupovinom neke od kompanija na tržištu.

Jasno je da je šansa SBB-a da uđe na velika vrata mobilne telefonije propuštena kada je regionalni Telenor 2018. prodat češkom PPF-u. Dugo se pre toga po tržištu „provlačila“ informacija da SBB kupuje Telenor, ali očigledno da se na kraju nisu dogovorili. Time je šansa SBB-a da dođe do mobilne licence na tržištu praktično nestala,

jer je treća licenca u posedu VIP-a koja je članica A1 ili Austrija Telekoma, koja, bar u ovom trenutku, nema nameru da prodaje svoju kompaniju u Srbiji. Sa druge strane, čini se da i država, prema svemu do sada viđenom, nema nameru da „izda“ i četvrtu licencu za mobilnu telefoniju. SBB-u ostaje eventualno da preko MVNO-a uđe u mobilnu telefoniju, ali to je malo verovatna opcija.

Prema poslednjim podacima RATEL-a, SBB ima 46,1 odsto tržišta, a Telekom Srbija, sa povezanim kompanijama 42,4 odsto (28,7 odsto plus 13,7 odsto tržišta koliko ima brend Moja Supernova, 2020. godine Kopernikusu pripojeni Radijus Vektor, Masko, BPP ing, Telemark, Avkom i Sat TV Meteor). Ostalih desetak posto tržišta čine Orion, Sat Trakt, PTT (sa po



Piše: Nenad Tešić, partner u konsultantskoj kući Egzakta Advisory

oko 2% tržišta) i niz veoma malih lokalnih operatora.

Telenor je potpisivanjem ugovora sa Telekomom Srbija o iznajmljivanju optičke infrastrukture i zvanično objavio da ulazi i u uslugu fiksne telefonije. Ukoliko komisija za zaštitu konkurencije odobri, Telenor će na Telekomovoj optičkoj infrastrukturi nuditi i usluge širokopojasnog interneta, fiksne telefonije i medijskih sadržaja i za to plaćati nadoknadu Telekomu Srbije. Sličan metod ulaska na tržište je imao i VIP koji je 2007. godine ušao na tržište i korišće-

Statistike pokazuju da prosečan stanovnik Srbije troši oko 5.500 dinara mesečno na telekomunikacione usluge, što je 10 odsto prosečne plate. To je jedan od najvećih prosečnih udela u novčaniku za telekomunikacione usluge u Evropi

njem usluge nacionalnog rominga na Telekomovoj mreži uspostavio uslugu, a kasnije gradio svoju infrastrukturu.

Ostaje da se vidi koju će strategiju primeniti Telenor za akviziciju korisnika. Jasno je, međutim, da ne kreće od nule i da će iskoristiti svoju postojeću bazu za „cross sell“. Možemo očeki-

vati verovatno tzv. 4play pakete (TV, internet, fiksna, mobilna) kao objedinjenu uslugu. Ovakav paket na tržištu može da ponudi još samo Telekom kroz svoju Box ponudu.

United Grupa (kojoj pripada SBB) je ovih dana izdala niz saopštenja na temu pomenutog ugovora između Telekoma Srbija i Telenora, a kako će se sve završiti ostaje da se vidi, jer je ceo slučaj sada na Komisiji za zaštitu konkurentnosti. I dok se čeka zvaničan stav Komisije, sve

Iz ugla nas kao konsultanata, sve ih savetujemo da obrate pažnju na svoj EBITDA rezultat, koji će biti pod pritiskom jer će troškovi biti veliki

glasnije se može čuti da je realno da se ugovor odobri, a da se kompromis napravi tako da Telekom bude u obavezi da istu infrastrukturu da na korišćenje i drugim operatorima.

Šta ova situacija može doneti krajnjim korisnicima? Sveobuhvatniji sadržaj sigurno ne. United Grupa verovatno neće dati Telenoru „svoje kanale“ – N1, Novu S, Sport Klubove itd., baš kao što ih nije dala Telekomu i baš kao što Telekom nije dao svoje kanale SBB-u. Ono što se sigurno može očekivati jeste veliki „rat“ cenama među operatorima na tržištu. Mogu se očekivati agresivne prodajne kampanje, „rat“ na terenu i žestoka borba za korisnike. Već

sada smo svedoci ponuda od šest meseci za dinar, 12 meseci za dinar, TV uređaja na poklon i to će biti sve ekstremnije jer će „rat“ za korisnike biti veliki. SBB na svojoj strani ima sadržaje i korisničku uslugu koja je u ovom trenutku efikasnija od one koju ima Telekom Srbija, a Telenor ulazi u potpuno novi poslovni model koji do sada nije imao. Ko će „pobediti“ i da li će to biti Pirova pobjeda, ostaje da se vidi.

Iz ugla nas kao konsultanata, sve ih savetujemo da obrate pažnju na svoj

EBITDA rezultat, koji će biti pod pritiskom jer će troškovi biti veliki. Iza SBB-a stoje fondovi BC Partners i KKR, iza Telenora PPF, dok je Telekom u većin-

Ono što se sigurno može očekivati jeste veliki „rat“ cenama među operatorima na tržištu. Mogu se očekivati agresivne prodajne kampanje na terenu i žestoka borba za korisnike

skom vlasništvu države, ali linija odbrane EBITDA je na lokalnim menadžmentima i njihovom upravljanju u ovoj turbulentnoj tržišnoj utakmici. Sposobnost ovih kompanija u segmentima prodaje, tehničke operative i brige o korisnicima će doneti prevagu, tim pre što na duže staze treba očekivati i zaštitu konkurencije od strane države u oblasti infrastrukture, ali i u oblasti distribucije sadržaja. ■