

UKRUPNJAVANJE NA TRŽIŠTU TELEKOMUNIKACIJA

Gledaćemo još žustriju utakmicu

Očigledno je da se kao i prošle, i ove godine nastavlja konsolidacija tržišta telekomunikacija, koju predvode najveći operateri. To će svakako biti trend i ubuduće, a videćemo šta će ova borba i investicije u nove usluge i sadržaje, koje se dobrim delom finansiraju iz kredita, doneti na duže staze.

*Piše: Nenad Tešić**

Građani Srbije su prošle godine izdvojili skoro 4% ukupnog BDP-a za telekomunikacione usluge, koje su učestvovala sa oko 5% u ukupnim izdavanjima iz kućnog budžeta. Ovakva računica proizilazi iz podataka da je prošlu godinu Telekom Srbija završio sa 1,17 milijardi evra prihoda i prikazanom EBITDA od oko 408 miliona evra, SBB sa 276 miliona evra prihoda i oko 110 miliona evra EBITDA, Telenor je ostvario 436 miliona evra prihoda i 160 miliona evra EBITDA, a A1 je imao prihode od 286 miliona evra i EBITDA od 87,6 miliona evra.

Prema podacima za ovu godinu, Telekom i dalje dominira u fiksnoj telefoniji sa 75,8% tržišnog učešća, SBB imao udeo od 21,2%, a preostalih 3% dele svi drugi operateri. Odnos snaga je nešto ravnomerniji u mobilnoj telefoniji, gde Telekom ima 43,6% tržišnog udela, Telenor 32,4% i A1 24,4%. Telekom je dominantan i na tržištu širokopolasnog

interneta sa udelom od 53,7%, drugi je SBB (31,5%) a prate ih sa daleko manjim udelima Orion (2,6%), Sat-Trakt (2,5%), dok svi ostali provajderi imaju ukupno ispod 10% tržišnog učešća. Na kraju, najveća borba se vodi na polju plasmana medijskih sadržaja, gde je Telekom posle nedavne akvizicije PTT kablovske mreže podigao tržišni udeo na 47,7%, odmah iza je SBB sa 46,1%, a svi ostali imaju zbirni udeo ispod 10%.

Očigledno je da se kao i prošle, i ove godine nastavlja konsolidacija tržišta koju predvode najveći operateri. Ostao je jako mali broj alternativnih provajdera, naročito onih koji pored internet konekcije nude i usluge plasiranja medijskih sadržaja i fiksne telefonije. Iako Orion Telekom i Sat-Trakt i dalje ostvaruju rast u veoma oštroj konkurenciji, verovatno je da su i oni na radaru velikih telekomunikacionih kompanija kao potencijalne mete za preuzimanje.

Tržište i dalje polarizovano

Prvo što bi trebalo uzeti u obzir kada se predviđa dalji razvoj na ovom tržištu je najava Telenora da će početkom naredne godine plasirati „quad play“ uslugu, koja objedinjuje četiri usluge (fiksni telefon, mobilni telefon, internet i TV). Zahvaljujući tome, Telenor će postati drugi učesnik na tržištu koji nudi ovakvu uslugu. Drugo, za narednu godinu je planirana i licitacija za 5G licencu. Sigurno je da će SBB biti spreman da visoko licitira za licencu koja bi mu otvorila vrata za ulazak na tržište mobilne telefonije i tako omogućila da postane treći provajder „quad play“ usluge na tržištu. Ostaje da se vidi kakve će poteze preuzeti kompanija A1, koja se za sada izgleda zadovoljava uvećanjem EBITDA margine za 5% u poslednjoj godini.

Veoma je važno i kako kompanije, kojima pripadaju provajderi, posmatraju srpsko tržište i koliko je ono bitno za njihovo ukupno poslovanje. Telekom u tom pogledu nema dilemu, srpsko tržište je najvažnije za njegovo poslovanje jer Telekom Srpske i Mtel imaju daleko manji udeo u ukupnim prihodima na nivou cele grupe. Grupacija PPF, vlasnik Telenora u svom portfoliju posluje još u Mađarskoj, Slovačkoj, Češkoj, Bugarskoj i Crnoj Gori, pa će svoje aktivnosti svakako uskladiti sa interesima grupe, ali ulazak na fiksno tržište i plasiranje medijskih sadržaja su jasan pokazatelj da je Srbija jako bitan činilac u poslovanju.

A1 je već dugo prisutan na našem tržištu, ali sa opreznim pristupom ulaganjima, a SBB koji posluje u okviru United grupe sada čini tek 13% ukupnih prihoda u grupi. United grupa se okrenula akvizicijama najpre u Hrvatskoj, zatim Bugarskoj i na kraju u Grčkoj, gde je za godinu dana povećala svoje prihode više od dva puta. Koliko će biti fokusirana na ovo tržište verovatno će najviše zavisiti od 5G licence, ali ne treba smetnuti s uma da je Grupa krenula upravo iz Srbije i da u vlasničkoj strukturi



ima veliki udeo onih kojima je naše tržište sigurno važno.

Dalja kretanja bitno određuje i činjenica da su se operatori okrenuli masovnijoj proizvodnji medijskih sadržaja kroz sopstvene produkcijske kuće, što se ogleda u velikom broju serija, otvaranju novih kanala i ostalih sadržaja koji su sastavni deo njihove ponude. Očekivalo se da će popularni Netflix ili slični striming servisi umanjiti interesovanje za domaće serije, ali piplmetri govore da ono ne jenjava, bilo da je reč o novim ili starim domaćim serijama. Serije su se ranijih godina emitovale vikendima, danas se emituju svakodnevno. Produkcija ovako velikog broja domaćih sadržaja je probudila jednu celu industriju, oživela ovdašnje lokalitete, povećala stručnost ljudi koji rade na filmu i u produkciji, što za sobom povlači i sve veći broj stranih produkcija.

Tržište je, ipak, i dalje polarizovano, što je vrlo loše za korisnike jer mogu da gledaju samo sadržaje svojih operatera, koji po pravilu nisu dostupni ostalima. Bitka se vodi i

za prava objavljivanja sadržaja, posebno sportskih događaja. Ovo je dovelo do toga da se prava prenosa za Srbiju plaćaju astronomskim ciframa, kao u slučaju Pemijer lige ili Lige šampiona.

Rastu zahtevi za dodatnim servisima

Ako pogledamo operativno poslovanje, lokalni menadžment je cele godine stavljao akcenat na povećanje efikasnosti u prodaji i tehničkoj operativi, a borba za svakog korisnika i povećanje prosečnog prihoda po korisniku su glavne lokalne teme. Svedoci smo rata cenama i među prodajnim timovima koji nude besplatne uređaje ili njihovu kupovinu na rate, višemesečne besplatne ponude (12 meseci za dinar) i druge pogodnosti.

Kompanije i dalje ulažu u optičku infrastrukturu, mada u manjem obimu, ali sada je primetno širenje mreže i u ruralnim sredinama. Svi operatori su shvatili da su brzina interneta i stabilnost mreže podjednako važni,

pa se bitka vodi pre svega oko korisnika koji još koriste starije tehnologije, a glavna aktivnost na terenu je „swap“ prebacivanje baza korisnika sa starih tehnologija (ADSL, WIFI) na stabilnije optičke ili HFC mreže. Pojavom 5G mreže, ova borba će postati još oštrija, jer će dobar deo korisnika imati na svojim mobilnim uređajima opseg koji će zadovoljavati i sve potrebe domaćinstava.

Osim toga, primetno rastu zahtevi za dodatnim servisima, posebno u premijum segmentu. Povećava se i broj onih koji koriste striming servise, Netflix, Amazon Prime, Disney+, Hulu ili pak tradicionalne stanice kao NBC, ABC, CBS. Ovi korisnici žele slobodu u izboru i traže dostupnost usluge na više uređaja. To zahteva dodatno unapređenje infrastrukture, jer brze internet veze postaju neophodne za digitalne sadržaje koji troše veliku količinu opsega.

Ne bi trebalo zaboraviti ni OTT koji nalazi svoje mesto na srpskom tržištu iako nije regionalizovan kao što je to Netflix. Operatori su shvatili da moraju da se prilagode navikama korisnika, pa su ponudili kvalitetnu internet konekciju za što kvalitetniju OTT uslugu. Kod nas, svi vodeći provajderi imaju i svoju OTT uslugu, koja je jedna vrsta alternative poznatim OTT servisima, sa povoljnim cenama i dodatim pogodnostima za svoje korisnike.

Borba za konsolidaciju srpskog tržišta telekomunikacija se nastavlja, pa su korisnici u prilici da dobiju bolji servis, kvalitetniji sadržaj i podršku. Profitabilnost kompanija koje posluju na srpskom tržištu raste i to kod svih operatera, bilo organski ili kroz akvizicije. Veći deo operatera je spreman za dalja ulaganja, a videćemo šta će ova borba i investicije, koje se dobrim delom finansiraju iz kredita, doneti na duže staze. Dva velika fonda i dva institucionalna operatera iza kojih stoji država su sasvim dovoljna za jednu jako dobru utakmicu. ●

*Autor je partner u konsultantskoj kući Egzakta Advisory