

sa

Sektorske_analize

euz ekonomski
institut
zagreb

lipanj 2019. broj 69 godina 8

ISSN: 1848-8986

hr
HR EXCELLENCE IN RESEARCH



Telekomunikacije

Autorica Ljiljana Božić

Sadržaj

_3 Glavni sektorski pokazatelji

Kraj 2018. godine obilježilo je smanjenje broja korisnika, kao i prihoda ostvarenih od pružanja telefonskih usluga u nepokretnoj mreži.

_8 Upotreba interneta u poduzećima i kućanstvima u RH

Hrvatska po stupnju digitalizacije društva i gospodarstva zaostaje za prosjekom Europske unije. U nastavku analize iznose se podaci o korištenju interneta u poduzećima i kućanstvima u Hrvatskoj u 2018. godini prema podacima Eurostata.

_11 Vodeća trgovačka društva

Lista deset vodećih trgovačkih društava u ovom je sektoru prilično stabilna. Promjena u odnosu na prethodno analizirano razdoblje je to što među vodećima nije H1 Telekom d.d. koji je ugašen u rujnu 2017. godine zbog pripajanja društvu OT-Optima Telekom. Trgovačko društvo HEP-Telekomunikacije d.o.o. je ušlo među vodeća poduzeća u 2017. godini.

_15 Zaključak

U 2018. godini nije bilo većih promjena u korištenju telefonskih usluga i širokopojasnog pristupa internetu.

Glavni sektorski pokazatelji

“ Ukupan broj korisnika pokretne mreže povećan je za 1,69 posto.

— Smanjenje broja korisnika, kao i prihoda ostvarenih od pružanja telefonskih usluga u nepokretnoj mreži, obilježilo je kraj 2018. godine. Nastavak je to dugogodišnjih negativnih trendova u korištenju telekomunikacijskih usluga u nepokretnoj mreži. Prema podacima HAKOM-a, ukupan broj priključaka u nepokretnoj komunikacijskoj mreži na kraju prošle godine bio je 1.346.679. Smanjenje je to za 2,05 posto u usporedbi s istim razdobljem godinu ranije. Na međugodišnjoj razini ostvareno je smanjenje ukupnog odlaznog prometa u nepokretnoj mreži od 10,64 posto, te je tako ukupni prihod u zadnjem tromjesečju 2018. godine smanjen za čak 15,32 posto u odnosu na isto razdoblje 2017. godine. Ukupni prihod od telefonskih usluga od nepokretne mreže iznosio je 317.140.608 kuna. U ukupnom prihodu od telefonskih usluga u nepokretnoj mreži prevladava maloprodajni prihod koji čini 85,61 posto ukupnog prihoda.

Podaci HAKOM-a za zadnje tromjesečje prošle godine pokazuju da je na međugodišnjoj razini došlo do povećanja broja korisnika telefonskih usluga u pokretnoj mreži. Naime, ukupan broj korisnika pokretne mreže povećan je za 1,69 posto. Promatrano po kategorijama korisnika, broj privatnih je povećan za 1,45 posto, a broj poslovnih za 2,90 posto. Na kraju 2018. godine u Hrvatskoj je bilo 4.388.476 korisnika telefonskih usluga u pokretnoj mreži, te je gustoća korisnika u tom razdoblju bila 102,42 posto. U pokretnoj se mreži telefoniralo nešto više, te je odlazni promet bio veći za 3,68 posto u odnosu na zadnje tromjesečje godinu ranije. S obzirom na povećanja broja korisnika, ali i odlaznog prometa, ukupni prihod od telefonskih usluga u pokretnoj mreži na međugodišnjoj je razini bio viši za 3,06 posto. U tom je razdoblju ostvareno 1.151.692.305 kuna prihoda. Najveći dio tog prihoda generiran je od maloprodaje [991.331.207 kuna] i to privatnim korisnicima [756.829.122 kuna]. Treba napomenuti i da je u analiziranom razdoblju veleprodajni prihod smanjen za čak 11,27 posto.

Što se tiče trajanja poziva u roamingu uočljivo je da su vlastiti korisnici razgovarali 59,77 posto minuta duže u međunarodnim mrežama nego je to bio slučaj u istom razdoblju 2017. godine. U isto je vrijeme trajanje

U ZADNJEM TROMJESEČJU 2018. POSLANO JE 12,83 POSTO MANJE SMS PORUKA I 11,94 POSTO MANJE MMS PORUKA NEGO U ISTOM RAZDOBLJU 2017. GODINE.

poziva stranaca u roamingu na nacionalnim mrežama smanjeno za 5,67 posto. Trajanje poziva vlastitih korisnika u roamingu u međunarodnim mrežama povećano je za 59,77 posto. U mobilnoj je komunikaciji također prisutan trend smanjenja broja poslanih SMS i MMS poruka. U zadnjem tromjesečju 2018. godine poslano je 12,83 posto manje SMS poruka i 11,94 posto manje MMS poruka u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Prošle je godine u ukupnom broju korisnika pokretne mreže bilo više korisnika s pretplatničkim odnosom. Na godišnjoj razini je 2017. godine broj ovih dviju kategorija prvi puta bio gotovo izjednačen s tek malo većim udjelom korisnika s pretplatničkim odnosom (tj. 50,41 posto). U prosincu 2018. godine, 52,41 posto korisnika bilo je u pretplatničkom odnosu.

Tablica 1.
Nepokretna i pokretna komunikacijska mreža u četvrtom tromjesečju 2018. i prvom tromjesečju 2019. godine

	Nepokretna komunikacijska mreža		Pokretna komunikacijska mreža	
	Q4 2018.	Q1 2019.	Q4 2018.	Q1 2019.
Broj priključaka/korisnika	1.346.679	1.342.564	4.388.476	4.343.752
Odlazni promet (u min.)	453.025.441	433.263.248	3.335.908.179	2.291.193.835
Ukupni prihodi (u kn)	317.140.608	325.821.708	1.151.692.305	1.010.905.986
Preneseni brojevi	1.685.168	1.737.425	1.578.778	1.639.741

Izvor: HAKOM 2019a i HAKOM 2019b.

U analiziranom je razdoblju bilo nešto više priključaka širokopojasnog pristupa internetu. Broj priključaka putem pokretnih mreža i dalje dvostruko nadmašuje broj priključaka putem nepokretnih mreža, te je veći za 0,70 posto u odnosu na isto razdoblje 2017. godine. Ovaj je blagi porast posljedica povećanja broja poslovnih korisnika koji internetu pristupaju putem pokretnih mreža i to za 9,14 posto. U istom je razdoblju broj privatnih korisnika koji internetu pristupaju putem pokretne mreže smanjen za 1,90

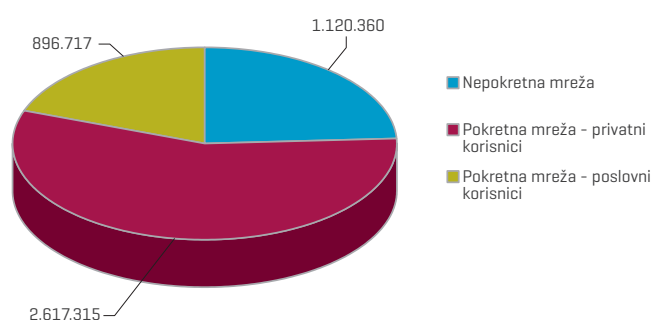
“ Broj priključaka putem pokretnih mreža i dalje dvostruko nadmašuje broj priključaka putem nepokretnih mreža.

posto. Gustoća priključaka internetu putem pokretne mreže u prosincu 2018. godine bila je 82,01 posto.

Broj priključaka pristupa internetu putem nepokretnih mreža u porastu je na međugodišnjoj razini. Tih je priključaka bilo 1.120.360, odnosno 2,23 posto više nego u četvrtom tromjesečju 2017. godine. Gustoća priključaka u tom je razdoblju iznosila 26,15 posto. Čak 25,70 posto priključaka širokopojasnog pristupa internetu odnosi se na područje Grada Zagreba. Županija s najmanjim brojem priključaka internetu je Ličko-senjska u kojoj je, na kraju prošle godine, bilo 10.864 priključaka, što je manje od jedan posto ukupnog broja na razini Republike Hrvatske.

Slika 1.
Broj priključaka širokopojasnog pristupa internetu u četvrtom tromjesečju 2018. godine

Izvor: HAKOM 2019a.

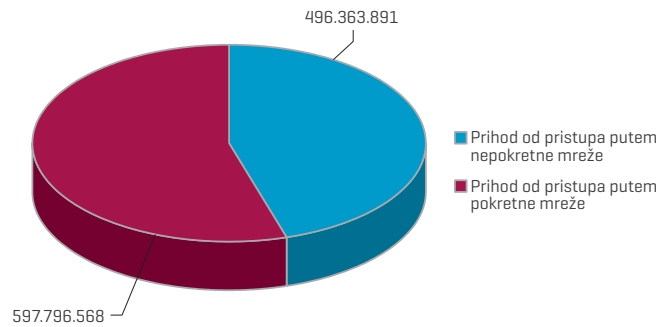


Podaci o korisnicima paketa usluga pokazuju da većina njih ima 2D paket. Preciznije, njih gotovo polovina (tj. 497.827) korisnici su 2D paketa. U prosincu 2018. godine bilo je 289.905 korisnika 3D i 211.762 korisnika 4D paketa usluga. Ono što je zanimljivo istaknuti je trend smanjenja broja korisnika 2D paketa za 1,70 posto i broja korisnika 3D paketa usluga za 4,1 posto. U promatranom je razdoblju također prisutno izraženo povećanje broja korisnika 4D paketa usluga od čak 52,86 posto na međugodišnjoj razini.

Tržištem telekomunikacija, kako u području pokretne tako i nepokretne komunikacije, i dalje dominira Hrvatski Telekom. U prosincu 2018. godine 53,03 posto korisnika nepokretnih mreža koristilo je usluge Hrvatskog Telekoma. Tržišni udio HT-a tek je neznatno smanjen s 54,87 posto, koliki je bio u prosincu 2017. U pokretnoj je mreži 46,26 posto korisnika koristilo usluge Hrvatskog Telekoma, a 34,95 posto usluge A1. Preostalih 18,79 posto korisnici su usluga Tele2. U usporedbi s krajem 2017. godine, tržišni udjeli operatera u pokretnoj mreži su gotovo nepromijenjeni.

Slika 2.
Prihod od usluga pristupa internetu u četvrtom tromjesečju 2018. godine, u kunama

Izvor: HAKOM 2019a.



Podaci HAKOM-a za prvo tromjesečje 2019. godine ukazuju na određena smanjenja u korištenju telefonskih usluga u pokretnoj i nepokretnoj mreži te širokopojasnog pristupa internetu u odnosu na kraj 2018. To uključuje smanjenje broja korisnika u pokretnoj mreži [1,02 posto], broja priključaka u nepokretnoj mreži [0,31 posto] te broja priključaka širokopojasnog pristupa internetu [0,84 posto]. Ipak, treba napomenuti da u usporedbi s istim razdobljem 2018. godine, korištenje telekomunikacijskih usluga ima pozitivan trend, s izuzetkom telefonskih usluga u nepokretnoj mreži koje već duže vrijeme bilježe pad. Na međugodišnjoj je razini broj korisnika usluga u pokretnoj mreži povećan za 1,51 posto, dok je broj priključaka širokopojasnog pristupa internetu u istom razdoblju povećan za 2,63 posto. Već spomenuto smanjenje broja priključaka u nepokretnoj mreži na međugodišnjoj razini iznosilo je 1,77 posto.

Prihodi ostvareni od pružanja telefonskih usluga u pokretnoj mreži bili su 12,22 posto manji nego u zadnjem tromjesečju 2018. godine, ali 2,88 posto veći nego u prvom tromjesečju 2018. Ukupni prihod od pružanja usluge pristupa širokopojasnom internetu smanjen je za 0,85 posto u odnosu na četvrto tromjesečje prethodne godine. Na međugodišnjoj su razini prihodi u ovom segmentu porasli za 3,72 posto. U nepokretnoj je mreži prihod u prva tri mjeseca povećan za 2,74 posto u odnosu na kraj prošle godine i to uslijed povećanja veleprodajnog prihoda za 20 posto. Na međugodišnjoj je razini ukupni prihod od telefonskih usluga u nepokretnoj mreži smanjen za 8,86 posto. Povećanje veleprodajnog prihoda na međugodišnjoj razini za 7,79 posto nije bilo dovoljno da bi se nadomjestio pad maloprodajnog prihoda od 11,62 posto.

Ukupni odlazni promet u pokretnoj mreži na početku ove godine bio je 3,03 posto veći nego u istom razdoblju 2018. godine. Povećano je i trajanje poziva u roamingu i vlastitih korisnika u međunarodnim mrežama [49,27 posto] i stranaca u nacionalnim mrežama [9,44 posto]. U analiziranom je razdoblju došlo do povećanja prometa širokopojasnog pristupa internetu za 22,61 posto u odnosu na prvo tromjesečje 2018. U nepokretnoj je mreži ukupni odlazni promet u prva tri mjeseca ove godine bio 15,45 posto manji nego u istom razdoblju godinu ranije.

“ Prosječan broj zaposlenih u ovom sektoru u prošloj je godini iznosio 8.448 zaposlenika.

Indeks potrošačkih cijena pokazuje da su cijene telefonske opreme i usluga u 2018. godini pale u odnosu na prosječne cijene u 2017. Tako su cijene telefonske opreme u 2018. bile 0,4 posto, a telefonskih usluga 0,2 posto manje u odnosu na godinu ranije. Cijene u travnju ove godine su također bile niže nego u istom mjesecu 2018. Konkretno, cijene telefonske opreme su smanjene 3,6 posto, a telefonskih usluga 0,3 posto.

Prošlu je godinu sektor telekomunikacija završio s 8.490 zaposlenih. Prosječan broj zaposlenih u ovom sektoru u prošloj je godini bio 8.448 zaposlenika. To je povećanje od 2,29 posto u usporedbi s 2017. godinom, kada je sektor telekomunikacija prosječno zapošljavao 8.300 zaposlenika. Prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku, u telekomunikacijama je u travnju ove godine bilo 8.458 zaposlenih. Dakle, tek nešto više od prosječnog broja zaposlenih u prošloj godini.

Prosječna mjesečna bruto plaća zaposlenika koji rade u telekomunikacijama nadilazi prosjek Republike Hrvatske. Dok je prosječna mjesečna plaća na razini Hrvatske 2018. godine iznosila 8.448 kuna, zaposlenici u telekomunikacijskom sektoru su primali prosječni bruto iznos od 13.078 kuna. Prosječna bruto plaća prošle godine bila je tek 0,23 posto veća u odnosu na prosječne bruto plaće sektora u 2017. godini. Podaci o mjesečnoj bruto plaći u 2019. godini ukazuju na pozitivna kretanja u sektoru telekomunikacija. U prva tri mjeseca ove godine bruto plaća je bila iznad prosjeka sektora u 2018. godini. U ožujku je prosječna mjesečna bruto plaća isplaćena u sektoru telekomunikacija iznosila 14.234 kuna.

— Upotreba interneta u poduzećima i kućanstvima u RH

— Hrvatska po stupnju digitalizacije društva i gospodarstva zaostaje za prosjekom Europske unije. U nastavku analize iznose se podaci o korištenju interneta u poduzećima i kućanstvima u Hrvatskoj u 2018. godini prema podacima Eurostata.

U 2018. godini, 97 posto ispitanih poduzeća u Hrvatskoj imalo je pristup internetu, od čega 92 posto ima DSL ili drugi oblik širokopojasnog pristupa internetu putem nepokretne mreže. Što se tiče mobilnog pristupa internetu, podaci pokazuju kako je 30 posto zaposlenika imalo pristup mobilnom internetu.

Prema podacima o korištenju računala u radu u hrvatskim poduzećima, 52 posto zaposlenika koristi računalo u obavljanju svojih redovnih poslova. U 2018. godini 45 posto zaposlenika koristilo je računalo s pristupom internetu u svom poslu. Jedan dio tih poslova odnosi se i na narudžbe putem interneta. U 37 posto ispitanih poduzeća postoji praksa naručivanja i kupovine putem interneta za poslovne potrebe, a u 16 posto poduzeća narudžbe putem interneta čine najmanje 1 posto ukupnih kupovina.

“Od e-trgovine hrvatska poduzeća su u 2018. godini ostvarila 12 posto ukupnog prometa.

Što se tiče prodaje proizvoda putem interneta, 18 posto poduzeća u 2018. godini je prodavalo putem interneta. To je tek nešto više od prosjeka EU-a koji iznosi 17 posto. Njih 97 posto prodavalo je putem vlastite internetske stranice ili aplikacije. Hrvatska poduzeća su u 2018. godini ostvarila 12 posto ukupnog prometa od e-trgovine, a od prodaje putem internetskih stranica 5 posto ukupnog prometa. U istom razdoblju na razini 28 zemalja EU-a od e-trgovine prosječno je generirano 17 posto prometa, a od prodaje putem internetskih stranica 7 posto. S obzirom na ove podatke može se ocijeniti kako e-trgovina još uvijek nije uzela maha. Iako bi prodaja putem interneta omogućila hrvatskim poduzećima da riješe problem malog nacionalnog tržišta i ponude svoje proizvode na globalnom tržištu, još uvijek nije dovoljno razvijena. Za veći zamah ovog oblika distribucije svakako je potrebno izgraditi imidž i prepoznatljivost proizvoda, odnosno potražnju

45 POSTO PODUZEĆA U HRVATSKOJ KORISTI NEKU VRSTU DRUŠTVENIH MEDIJA.

za proizvodima poduzeća za što se opet mogu koristiti mogućnosti koje nudi internet, poput internetskih stranica i društvenih medija.

Značajan postotak poduzeća, 73 posto, ima svoje web stranice. Međutim, to je i dalje ispod prosjeka EU-a koji iznosi 77 posto. Podaci o korištenju društvenih medija u 2018. godini nisu dostupni, ali iz podataka za 2017. može se uočiti zaostajanje hrvatskih poduzeća za prosjekom zemalja EU-a u korištenju društvenih medija. Ukupno 45 posto poduzeća u Hrvatskoj koristi neku vrstu društvenih medija, dok je prosjek EU-a 47 posto poduzeća. Najčešće korišteni oblik društvenih medija među poduzećima u Hrvatskoj su multimedijske stranice za dijeljenje sadržaja koje koristi 13 posto poduzeća. Blog i mikroblog ima 7 posto poduzeća, a isto toliko ih koristi i wiki alate za dijeljenje znanja.

Tablica 2.
Korištenje društvenih medija u Hrvatskoj i EU-28 u 2018., u postocima

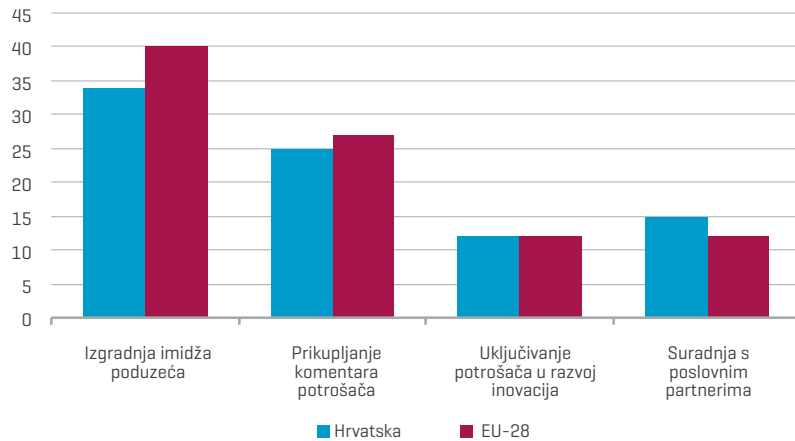
Izvor: Eurostat.

	Hrvatska	EU-28
Bilo koja vrsta	45	47
Blog ili mikroblog	7	14
Multimedijske stranice za dijeljenje sadržaja	13	16
Wiki alati za dijeljenje sadržaja	7	5

Vrijedi se osvrnuti i na glavne svrhe za koje poduzeća u Hrvatskoj koriste društvene medije u svom poslovanju (slika 3). Na prvom je mjestu izgradnja imidža poduzeća ili proizvoda radi koje 34 posto poduzeća koristi društvene medije. Potom slijedi prikupljanje komentara od potrošača (25 posto). Uključivanje potrošača u razvoj novih proizvoda putem društvenih medija nešto je manje izraženo. Tek 12 posto poduzeća koristi se društvenim medijima za potrebe razvoja novih proizvoda. I konačno, 15 posto poduzeća koristi društvene medije radi suradnje s poslovnim partnerima i drugim subjektima.

Slika 3.
Svrha korištenja društvenih medija, 2018.

Izvor: Eurostat.



Za obavljanje poslova vezanih za informacijske i komunikacijske tehnologije 20 posto poduzeća zapošljava stručnjake čija je to specijalizacija, dok 59 posto njih koristi usluge vanjskih subjekata. Kad je o usavršavanju i osposobljavanju zaposlenika u području informacijsko-komunikacijskih tehnologija riječ, tek je 24 posto poduzeća pružilo obuku za razvoj potrebnih vještina u tom području.

“Čak 21 posto građana u Hrvatskoj nije nikad koristilo internet.

“62 posto građana starijih od 65 godina nikad nije koristilo internet.

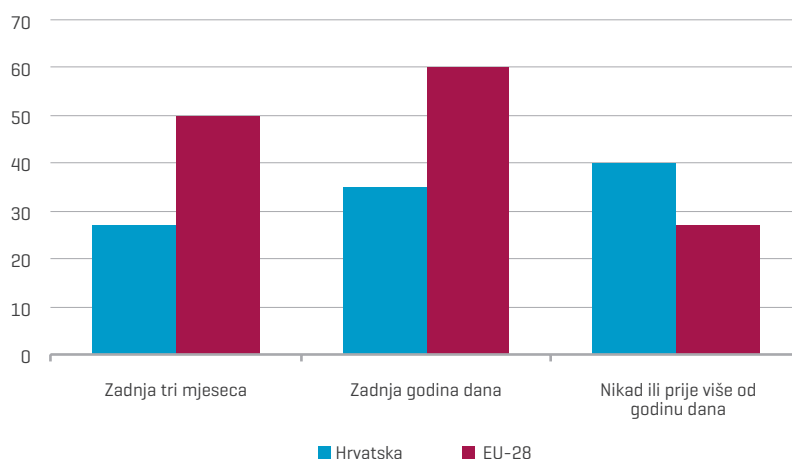
U korištenju interneta od strane pojedinaca uočljivo je značajno zaostajanje za prosjekom EU-a. U Hrvatskoj je 2018. godine internet koristilo 76 posto građana. U istom je razdoblju prosjek zemalja EU-a bio 87 posto. Čak 21 posto građana u Hrvatskoj nije nikad koristilo internet. Usporedbe radi, u Danskoj tek 2 posto građana nikad nije koristilo internet, a na Islandu samo 1 posto. Internet je u potpunosti prihvaćen među mlađom populacijom u Hrvatskoj i koriste ga svi ispitanici u dobnoj skupini do 25 godina. Među građanima starosti od 25 do 34 godine 1 posto njih nikad nije koristio internet. S povećanjem godina starosti povećava se i postotak građana bez ikakvog iskustva u korištenju interneta. Među građanima starosti između 35 i 44 godine 9 posto je onih koji nikad nisu koristili internet. U dobi između 45 i 54 godine 16 posto građana te čak 34 posto onih između 55 i 64 godine nikad nisu koristili internet. 62 posto građana starijih od 65 godina nikad nije koristilo internet. Iz ovih je podataka razvidno kako je korištenje interneta u pojedinim dobnim skupinama u Hrvatskoj poprilično nisko.

Kao što se može i očekivati s obzirom na podatke o korištenju interneta, hrvatski građani kupuju putem interneta manje od prosjeka EU-a (slika 4). Prema podacima za 2018. godinu samo 27 posto građana u zadnja tri mjeseca kupovalo je putem interneta. Prosjek EU-a za to razdoblje bio je 50 posto. U posljednjoj godini dana putem interneta je kupovalo 35 posto građana Hrvatske. Na razini EU-a taj pokazatelj je 60 posto. Putem interneta nikad nije kupovalo 40 posto građana Hrvatske. Podaci za 28 zemalja EU-a ukazuju da je na razini Unije prosjek 27 posto građana.

U POSLJEDNJOJ GODINI DANA PUTEK INTERNETA KUPOVALO JE 35 POSTO GRAĐANA HRVATSKE.

Slika 4.
Kupovina putem interneta u Hrvatskoj i EU-u u 2018., u postocima

Izvor: Eurostat.



U Hrvatskoj se također izrazito slabo koristi internet za financijske aktivnosti. U 2018. godini samo je 3 posto građana obavilo neku od svojih financijskih aktivnosti putem interneta. U zemljama poput Švedske i Velike Britanije postotak građana koji obavlja financijske aktivnosti putem interneta približava se 50 posto, a prosjek na razini EU-a je 17 posto. Za razliku od financijskih aktivnosti, hrvatski su građani ipak značajno više usvojili internet kao sredstvo komunikacije s javnom upravom. Tako je 36 posto građana izjavilo da je u 2018. godini koristilo internet u interakciji s javnom upravom, bilo da je riječ o prikupljanju informacija, pristupu obrascima ili ispunjavanju pri slanju obrazaca. Ipak, i po korištenju interneta s ovom svrhom Hrvatska ostaje na začelju EU-a. Na razini Unije čak 52 posto građana koristi e-usluge za komunikaciju s javnim sektorom.

Vodeća trgovačka društva

Prema ukupnim prihodima ostvarenim u 2017. godini deset vodećih trgovačkih društava u sektoru telekomunikacija su Hrvatski Telekom d.d., A1 Hrvatska d.o.o., Tele2 d.o.o., OT-Optima Telekom d.d., Iskon Internet d.d., Metronet Telekomunikacije d.d., Odašiljači i veze d.o.o., VIPnet usluge d.o.o., Nokia Solutions and Networks d.o.o. i HEP-Telekomunikacije d.o.o. Lista deset vodećih u ovom je sektoru prilično stabilna. Promjena u odnosu na prethodno analizirano razdoblje je to što među vodećima nije H1 Telekom d.d. koji je ugašen u rujnu 2017. zbog pripajanja društvu OT-Optima Telekom. Među vodeća poduzeća u 2017. godini ušlo je trgovačko društvo HEP-Telekomunikacije d.o.o. Statusne promjene koje su se dogodile 2018. godine uključuju pripajanje trgovačkih društava VIPnet usluge d.o.o. i Metronet telekomunikacije d.d. tadašnjem društvu VIPnet d.o.o.

Tablica 3.

Pokazatelji poslovanja vodećih trgovačkih društava u sektoru telekomunikacija u 2016. i 2017.

	2016.	2017.	Indeks 2017./2016.
Ukupni prihodi (mil. kn)	12.244,14	12.535,89	102,4
Bruto dobit (mil. kn)	1.345,36	1.092,65	81,2
Broj zaposlenih	6.171	6.338	102,7
Proizvodnost rada (mil. kn)	1.984,14	1.977,89	99,7
Bruto marža, u %	11,0	8,7	79,3
Koeficijent tekuće likvidnosti	2,0	1,4	68,5
Koeficijent zaduženosti	0,3	0,3	107,8

Napomena: Koeficijent zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina; koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze; bruto marža = bruto dobit/ukupan prihod * 100; produktivnost = ukupan prihod/broj zaposlenih.

Izvor: Izračun autorice prema podacima Poslovne Hrvatske.

Prema podacima dostupnima u Poslovnoj Hrvatskoj, ukupni prihodi deset vodećih trgovačkih društava rasli su 2,4 posto na međugodišnjoj razini. Od ukupno 12.535.890.400 kuna ukupnih prihoda polovicu je ostvarilo jedno trgovačko društvo – Hrvatski Telekom. Udio A1 Hrvatska u ukupnom prihodu deset vodećih je 25 posto, a udio Tele2 iznosi 11 posto. Treba spomenuti

UKUPNI PRIHODI DESET VODEĆIH TRGOVAČKIH DRUŠTAVA RASLI SU 2,4 POSTO NA MEĐUGODIŠNJOJ RAZINI.

i da su ukupni prihodi većine poduzeća rasli. Izuzetak su Iskon Internet i Odašiljači i veze kojima su ukupni prihodi smanjeni za 2,2 odnosno 3,2 posto. Najveći rast ukupnih prihoda na međugodišnjoj razini imalo je poduzeće Nokia Solutions and Networks i on je iznosio 14,87 posto. Ukupni prihodi Hrvatskog Telekomu na međugodišnjoj su razini porasli 2,08 posto.

Tablica 4.

Pokazatelji poslovanja vodećih trgovačkih društava u sektoru telekomunikacija 2017.

	Ukupni prihod (mil. kn)	Indeks 2017./2016.	Koeficijent zaduženosti	Koeficijent tekuće likvidnosti	Bruto marža [%]	Proizvodnost rada (mil. kn)
Hrvatski Telekom d.d.	6.265,93	102,08	0,14	2,60	16,40	1,77
A1 Hrvatska d.o.o.	3.182,63	101,21	0,80	0,48	2,13	2,34
Tele2 d.o.o.	1.387,41	106,43	1,19	0,98	-3,81	7,75
OT-Optima Telekom d.d.	487,74	106,48	0,91	0,58	-	1,14
Iskon Internet d.d.	384,73	97,78	0,34	0,78	- 4,21	2,37
Metronet Telekomunikacije d.d.	234,75	103,18	0,91	0,66	-17,37	1,05
Odašiljači i veze d.o.o.	221,54	96,83	0,08	3,64	17,51	0,76
VIPnet usluge d.o.o.	130,83	100,43	0,01	31,66	48,45	1,83
Nokia Solutions and Networks d.o.o.	127,52	114,87	0,51	1,90	3,61	2,77
HEP-Telekomunikacije d.o.o.	112,81	103,94	0,20	0,51	0,40	3,32

Napomena: Koeficijent zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina; koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze; bruto marža = bruto dobit/ukupan prihod * 100; produktivnost = ukupan prihod/broj zaposlenih.

Izvor: Izračun autorice prema podacima Poslovne Hrvatske.

Bruto dobit ostvarena na razini vodećih trgovačkih društava sektora u 2017. godini smanjena je u odnosu na 2016. i to za čak 18,8 posto. Većina poduzeća je u 2017. godini ostvarila dobit. S gubitkom su te godine poslovali Tele2, Iskon Internet i Metronet telekomunikacije. Unatoč povećanju ukupnih prihoda, Hrvatski je Telekom zaključio 2017. godinu s dobiti prije oprezivanja manjom za 10,28 posto u odnosu na 2016. Bruto dobit A1

“Deset vodećih
trgovačkih
društava ukupno je
zapošljavalo 6.338
zaposlenika.

povećana je 30 posto. Nokia Solutions and Networks je 2017. godine ostvarila značajan uspjeh. Nakon gubitka ostvarenog godinu ranije, ovo je trgovačko društvo ostvarilo gotovo 5 milijuna kuna dobiti prije oporezivanja. Tele2 je u promatranom razdoblju još više povećao gubitak, sa 17 milijuna kuna na gotovo 53 milijuna kuna.

Povećan je i broj zaposlenih na razini deset vodećih trgovačkih društava sektora i to za 2,7 posto. Deset vodećih ukupno je zapošljavalo 6.338 zaposlenika. Više od polovice, točnije 56 posto ukupnog broja zaposlenih u deset vodećih društava 2017. godine zaposlenici su Hrvatskog Telekomu. Broj zaposlenih u Optima Telekomu povećan je za čak 32,7 posto. Značajna su povećanja broja zaposlenih zabilježena i u Tele2 (16,2 posto) i A1 (12,4 posto). Hrvatski Telekom je 2017. godine zapošljavao 3 posto manje zaposlenika nego godinu ranije. Još izraženije smanjenje broja zaposlenih imali su Iskon Internet (12,4 posto) i Nokia Solutions and Networks (6,1 posto).

Povećanje broja zaposlenih koje je bilo nešto veće od povećanja ukupnih prihoda uzrok je blagog pada proizvodnosti rada i to za 0,3 posto na razini deset vodećih poduzeća u 2017. godini. Poduzeće s najvišom proizvodnošću rada u 2017. bilo je Tele2. Proizvodnost rada u tom je trgovačkom društvu iznosila 7.750.911,17 kuna.

Vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti za deset vodećih pala je ispod granice od 1,5 koja ukazuje na probleme s održavanjem tekuće likvidnosti. U mnogim je društvima iz skupine deset vodećih tekuća likvidnost pogoršana u odnosu na prethodna razdoblja. Problema s održavanjem tekuće likvidnosti u 2017. godini nisu imali Hrvatski Telekom, Odašiljači i veze, VIPnet usluge i Nokia Solutions and Networks.

Na razini deset vodećih poduzeća sektora ne možemo govoriti o problemu prezaduženosti. Koeficijent zaduženosti iznosi 0,3 i nepromijenjen je u odnosu na 2016. godinu. Međutim, A1 Hrvatska, Tele2, Optima Telekom i Metronet telekomunikacije su visoko zadužena poduzeća. Osobito je visoka zaduženost trgovačkog društva Tele2. Nokia Solutions and Networks bio je na samoj granici prihvatljive razine zaduženosti u 2017. godini.

Iz Hrvatskog Telekomu su izvijestili da su prihodi ostvareni u 2018. bili veći za 0,4 posto u usporedbi s 2017. godinom (‘‘Rezultati za godinu završenu 31. prosinca 2018.’’, 2019). Prihodi u 2018. iznosili su 7,783 milijardi kuna. Neto dobit u 2018. godini porasla je čak 22,9 posto na međugodišnjoj razini i iznosila je 1,061 milijardi kuna. Pozitivni trendovi u poslovanju Hrvatskog Telekomu nastavljeni su i u prvom tromjesečju ove godine. Iako su ukupni

BRUTO DOBIT OSTVARENA NA RAZINI VODEĆIH TRGOVAČKIH DRUŠTAVA SEKTORA U 2017. GODINI SMANJENA JE U ODNOSU NA 2016. I TO ZA ČAK 18,8 POSTO.

konsolidirani prihodi bili manji za 1,3 posto, neto dobit je povećana za 14,1 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U prva tri mjeseca Hrvatski Telekom je ostvario 1,775 milijuna kuna ukupnih prihoda i neto dobit u iznosu od 190 milijuna kuna [“Rezultati za tri mjeseca do 31. ožujka 2019.”, 2019].

Poslovnim rezultatima ostvarenim u 2018. i na početku 2019. godine zadovoljni su i u A1 Hrvatska. Prošle su godine ostvarili 1,6 posto više nego u 2017. Operativna dobit (EBITDA) porasla je 4,6 posto u odnosu na 2017. godinu. Povećavanje prihoda u prvom tromjesečju 2019. iznosilo je 2,6 posto, a povećanje operativne dobiti 6,3 posto na međugodišnjoj razini [“Operativna dobit A1 Hrvatske”, 2019].

Prema ocjeni Tele2, 2018. godina za njih je bila rekordna jer su nadmašili sve svoje dosadašnje rezultate [“Tele2 Hrvatska u 2018.”, 2019]. Takve rezultate smatraju posljedicom kontinuiranog unapređivanja mreže, proizvoda i usluga te rad na poboljšanju korisničkog iskustva. Tele2 je u 2018. godini investirao 32 posto više nego 2017. godine. U 2018. godini ostvarili su prihod od krajnjih korisnika u iznosu od 803 milijuna kuna i ukupni prihod u iznosu od 1,4 milijarde kuna. Prihod od krajnjih korisnika je porastao 15 posto, a ukupni prihod 7 posto u odnosu na prošlu godinu. I početak ove godine obilježili su rast prihoda i dobiti Tele2 [“U prvom tromjesečju 2019. godine”, 2019]. Ukupni prihodi u prva tri mjeseca ove godine iznosili su 337 milijuna kuna, odnosno 10 posto više nego u istom razdoblju lani. Operativna dobit u tom je razdoblju iznosila 64 milijuna kuna što je 157 posto više u usporedbi s prošlom godinom.

Zaključak

“Početkom ove godine sva tri operatera ukinula su naknade za pristup mreži za korisnike bonova.

— U 2018. godini nije bilo većih promjena u korištenju telefonskih usluga i širokopojasnog pristupa internetu. I dalje se manje telefonira u nepokretnoj mreži, a za komunikaciju se više koristi pokretna mreža te internet. Pad cijena telefonske opreme i usluga koji je nastavljen u prošloj godini svakako je doveo i do povećanja korištenja telekomunikacijskih usluga. Početkom ove godine sva tri operatera ukinula su naknade za pristup mreži za korisnike bonova [Dokonal, 2019]. Prvi je to učinio Tele2 u veljači 2019. Nadalje, od 15. svibnja 2019. smanjene su cijene SMS poruka i poziva iz Hrvatske prema brojevima iz zemalja EU-a za privatne korisnike. Propisane cijene iznose 0,55kn za poruke, odnosno 1,76 kn/min za pozive, a svi su pružatelji telekomunikacijskih usluga u Hrvatskoj morali prilagoditi svoje cijene ovoj uredbi [Tomić, 2019].

“Od 15. svibnja 2019. smanjene su cijene SMS poruka i poziva iz Hrvatske prema brojevima iz zemalja EU-a za privatne korisnike.

Također nije bilo ni značajnih promjena u tržišnom udjelu tri vodeća pružatelja telekomunikacijskih usluga. Tržištem i dalje dominira Hrvatski Telekom. Prošlu godinu, kao i početak ove, obilježila su preuzimanja. Kako je već navedeno, VIPnet usluge d.o.o. i Metronet telekomunikacije d.d. pripojene su poduzeću VIPnet d.o.o. Hrvatski Telekom je početkom ove godine preuzeo Evo TV uz obvezu da ga neće ugasiti za vrijeme trajanja ugovora o koncesiji za DVB-T, digitalnu zemaljsku televiziju, te da će HT zatražiti produljenje dozvole kad ona istekne [Pavić, 2019]. U 2018. godini Vipnet d.o.o. je postao A1 Hrvatska, a marka Vip promijenjena je u A1 [“Vip je postao A1”, n.d.]. Uvjeti poslovanja, prava i obveze korisnika, kao i ostalih partnera, nastavili su vrijediti i dalje.

Još jedna odluka koja će se odraziti na poslovanje operatera je HAKOM-ova odluka kojom se naknada za raskidanje ugovora s operaterom ograničava na iznos od 1.000 kuna. U tom smislu korisnicima se olakšava promjena pružatelja usluge [N1 Info, 2019]. Učinci ove promjene bit će vidljivi u podacima o prenesenim brojevima u narednim mjesecima.

Literatura:

Dokonal, T. [2019., 14. veljače]. Operatori ukidaju naknade za pristup mreži korisnicima bonova. *Točka na i*. Preuzeto sa: <https://tockanai.hr/biznis/naknade-za-pristup-mrezi-20685/>

Državni zavod za statistiku. [15.5.2019.]. *Indeksi potrošačkih cijena u travnju 2019.* [Priopćenje, broj 13.1.1/4.].

Državni zavod za statistiku. [16.1. 2019.]. *Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2018.* [Priopćenje, broj 13.1.1/12.].

Državni zavod za statistiku. [2019]. *Statistika u nizu: Plaće* [20.5.2019.].

Državni zavod za statistiku. [2019]. *Statistika u nizu: Zaposlenost* [20.5.2019.].

Eurostat. Database. Digital economy and society, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM). [2019a]. *Tromjesečni usporedni podaci tržišta elektroničkih komunikacija u Republici Hrvatskoj, četvrto tromjesečje 2018. godine.* Zagreb: Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM).

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM). [2019b]. *Tromjesečni usporedni podaci tržišta elektroničkih komunikacija u Republici Hrvatskoj, prvo tromjesečje 2019. godine.* Zagreb: Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM).

N1 Info. [2019., 7. travnja]. HAKOM naredio znatno manje penale za raskid ugovora s teleoperaterima. *N1*. Preuzeto sa: <http://hr.n1info.com/Vijesti/a393162/HAKOM-naredio-znatno-manje-penale-za-raskid-ugovora-s-teleoperaterima.html>

Operativna dobit A1 Hrvatske u 2018. premašila 114 milijuna eura. [2019., 13. veljače]. *Poslovni dnevnik*. Preuzeto sa: <http://www.poslovni.hr/strane-kompanije/operativna-dobit-a1-hrvatske-u-2018-premasila-114-milijuna-eura-349985>

Pavić, F. [2019., 28. veljače]. HT preuzima Evo TV, ali pod četiri uvjeta. *Jutarnji list*. Preuzeto sa: <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/ht-preuzima-evo-tv-ali-pod-cetiri-uvjeta/8431952/>

Poslovna Hrvatska. Dostupno na: <http://poslovna.hr>

Rezultati za godinu završenu 31. prosinca 2018. [2019., 15. veljače]. *Hrvatski Telekom, objava za medije*. Preuzeto sa: <https://www.t.ht.hr/odnosi-s-investitorima/vijesti-za-investitore/4500/Rezultati-za-godinu-završenu-31-prosinca-2018.html>

Rezultati za tri mjeseca do 31. ožujka 2019. [2019., 26. travnja]. *Hrvatski Telekom, objava za medije*. Preuzeto sa: <https://www.t.ht.hr/odnosi-s-investitorima/vijesti-za-investitore/4610/Rezultati-za-tri-mjeseca-do-31-ozujka-2019.html>

Tele2 Hrvatska u 2018. ostvario odlične rezultate u svim segmentima poslovanja. [2019., 13. veljače]. *Tele2, objava za medije*. Preuzeto sa: <https://www.tele2.hr/o-tele2/za-medije/objave-za-medije/mc59/#451>

Tomić, D. [2019., 10. svibnja]. Jeftiniji pozivi i SMS poruke prema EU – samo za privatne korisnike. *ICT Business*. Preuzeto sa: <https://www.ictbusiness.info/telekomunikacije/jeftiniji-pozivi-i-sms-poruke-prema-eu-samo-za-privatne-korisnike>

U prvom tromjesečju 2019. godine Tele2 Hrvatska nastavlja trend dobrih poslovnih rezultata. [2019., 24. travnja]. *Tele2, objava za medije*. Preuzeto sa: <https://www.tele2.hr/o-tele2/za-medije/objave-za-medije/mc59/#476>

Vip je postao A1! [n.d.] A1. Preuzeto sa: <https://www.a1.hr/vip-je-postao-A1#>

Izdavač

Ekonomski institut, Zagreb
Trg J. F. Kennedyja 7, 10000 Zagreb
Telefon: 01 2362 200
Fax: 01 2335 165
<http://www.eizg.hr>

Za izdavača

Maruška Vizek, ravnateljica

Glavna urednica

Ivana Rašić Bakarić

Autorica analize

Ljiljana Božić

Izvršna urednica

Tamara Banjeglav

Lektura

Tamara Banjeglav

Grafičko uređivanje i priprema

Vladimir Sukser

Grafičko oblikovanje

Studio 2M

Slika na naslovnici

CC0 javna domena

Napomena: *Sektorska analiza* autorskog je karaktera i ne odražava nužno stav Ekonomskog instituta, Zagreb.

Sljedeća analiza *Farmaceutska industrija* izlazi u rujnu 2019.