

Sektorske analize. Telekomunikacije

Božić, Ljiljana

Other document types / Ostale vrste dokumenata

Publication year / Godina izdavanja: **2020**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:213:229668>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-11**



Repository / Repozitorij:

[The Institute of Economics, Zagreb](#)

Sa

Sektorske analize



ekonomski
instit. za
zagreb

lipanj 2020. broj 78 godina 9

ISSN: 1848-8986



HR EXCELLENCE IN RESEARCH

4.0



Telekomunikacije

Autorica Ljiljana Božić

_Sadržaj

_3 Glavni sektorski pokazatelji

Ostvareni prihod od pružanja telekomunikacijskih usluga u nepokretnoj mreži u posljednja tri mjeseca 2019. iznosio je ukupno 297.421.039 kuna, odnosno 6,46 posto manje nego u istom razdoblju 2018.

_8 Regionalne razlike u korištenju interneta u Hrvatskoj

Izuzme li se Grad Zagreb, podaci ukazuju na nešto veću gustoću priključaka u županijama Jadranske Hrvatske.

_11 Razlozi spore digitalne transformacije u Hrvatskoj

Podaci za 2018. godinu pokazivali su zaostajanje Hrvatske u većini pokazatelja za zemljama Europske unije. Iako podaci za 2019. ukazuju na napredak, zaostajanje za prosjekom zemalja EU-a i dalje je prisutno.

_15 Vodeća trgovačka društva

Za razliku od 2017. godine, među deset vodećih društava nisu VIPnet usluge d.o.o. i Metronet telekomunikacije d.d. koje su 2018. godine pripojene tadašnjem društvu VIPnet d.o.o.

_19 Zaključak i očekivanja

Podaci za prošlu godinu svjedoče o nastavku trendova u korištenju pokretne i nepokretne mreže te interneta koji su prisutni već duži niz godina.

Glavni sektorski pokazatelji

“U pokretnoj je javnoj komunikacijskoj mreži u zadnjem tromjesečju 2019. godine broj aktivnih korisnika povećan za 0,37 posto.

—U četvrtom tromjesečju 2019. godine u Republici Hrvatskoj bilo je ukupno 1.326.702 priključaka u nepokretnoj javnoj komunikacijskoj mreži. Usporedi li se to s istim razdobljem godinu ranije, došlo je do smanjenja od 1,48 posto. U istom je razdoblju ukupan odlazni promet u nepokretnoj mreži smanjen za 10,12 posto. Ostvareni prihod od pružanja telekomunikacijskih usluga u nepokretnoj mreži u posljednja tri mjeseca 2019. iznosio je ukupno 297.421.039 kuna, odnosno 6,46 posto manje nego u istom razdoblju 2018. Maloprodajni prihod, koji čini 85,38 posto ukupnog prihoda, zabilježio je na međugodišnjoj razini nešto veći pad u odnosu na veleprodajni prihod. Radi se o padu od 6,46 posto. U istom je razdoblju veleprodajni prihod smanjen za 4,77 posto.

Što se tiče prijenosa brojeva u nepokretnoj mreži, u analiziranom je razdoblju bilo 1.835.355 prenesenih brojeva, odnosno 8,97 posto više nego je preneseno u istom razdoblju 2018. godine. Unatoč kontinuiranom smanjenju, najveći udio po broju korisnika u nepokretnoj mreži i dalje ima HT. Naime, na kraju prošle godine HT je imao udio od 50,60 posto.

U pokretnoj je javnoj komunikacijskoj mreži u zadnjem tromjesečju 2019. godine broj aktivnih korisnika povećan za 0,37 posto i iznosio je 4.404.652. Privatni korisnici i dalje čine većinu. Njih je u navedenom razdoblju bilo 3.659.482, odnosno 83,08 posto. Za razliku od broja privatnih korisnika pokretne mreže koji je na međugodišnjoj razini smanjen za 0,19 posto, broj poslovnih korisnika povećan je za 3,21 posto. Privatnih korisnika bez pretplatničkog odnosa i dalje je više nego onih s pretplatničkim odnosom (1.994.190 naspram 1.665.292). Treba, međutim, naglasiti da je broj korisnika s pretplatničkim odnosom i u usporedbi s istim razdobljem lani, kao i s prethodnim tromjesečjem iste godine, povećan. Riječ je o povećanju za 5,53 posto na međugodišnjoj razini odnosno 1,24 posto u usporedbi s trećim tromjesečjem 2019. godine. Broj privatnih korisnika bez pretplatničkog odnosa na kraju 2019. bio je 4,51 posto manji nego u istom razdoblju 2018., te čak 10,2 posto manji nego u trećem tromjesečju 2019. godine. Gustoća korisnika pokretne komunikacijske mreže na kraju 2019. godine bila je 102,8 posto.

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

Izvor: HAKOM (2020).

	Nepokretna komunikacijska mreža	Pokretna komunikacijska mreža
Broj priključaka/korisnika	1.326.702	4.404.652
Odlazni promet (u min.)	407.186.290	2.401.999.028
Ukupni prihodi (u kn)	297.421.039	1.078.481.167
Preneseni brojevi	1.835.355	1.778.765

Ukupan odlazni promet u pokretnoj mreži povećan je u zadnjem tromjesečju prošle godine za 2,83 posto u usporedbi s istim razdobljem godinu ranije. Što se tiče trajanja poziva u *roamingu* vlastitih korisnika u međunarodnim mrežama, ono je poraslo za 9,15 posto u usporedbi s krajem 2018. godine. Zabilježeno je povećano telefoniranje stranaca u *roamingu* u nacionalnim mrežama, i to za 27,21 posto. Broj poslanih SMS poruka u analiziranom je razdoblju smanjen za 10,49 posto, a broj poslanih MMS poruka za 14,95 posto. Ukupni prihodi ostvareni u segmentu pokretne mreže u četvrtom tromjesečju 2019. godine iznosili su 1.078.481.167 kuna, što je 6,36 posto manje nego u istom razdoblju godinu ranije. Najveći pad prihoda zabilježen je u segmentu prihoda od pružanja usluga korisnicima bez pretplatničkog odnosa (14,9 posto). Zanimljivo je istaknuti kako prihod u segmentu usluga korisnicima s pretplatničkim odnosom bilježi smanjenje od 11,62 posto unatoč povećanju broja korisnika koji imaju pretplatnički odnos.

U četvrtom tromjesečju 2019. godine ukupno je preneseno 1.778.765 brojeva u pokretnoj mreži. U odnosu na isto razdoblje 2018. godine, preneseno je 12,73 posto više brojeva. Unatoč smanjenju u odnosu na prethodna razdoblja, najveći udio korisnika i dalje ima HT (45,79 posto). Slijede ga A1 s udjelom od 34,75 te Tele2 čiji je udio na kraju prošle godine bio 19,46 posto.

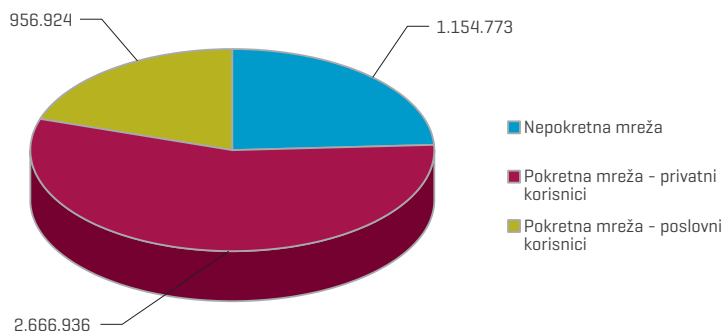
“U četvrtom tromjesečju 2019. godine evidentirano je 4.778.633 priključaka širokopojasnog interneta u Republici Hrvatskoj.

U četvrtom tromjesečju 2019. godine evidentirano je 4.778.633 priključaka širokopojasnog interneta u Republici Hrvatskoj. Više je to za 2,94 posto u odnosu na isto razdoblje godinu ranije. Čak 75,83 posto ukupnog broja priključaka širokopojasnog pristupa internetu čine priključci putem pokretne mreže čiji je broj na međugodišnjoj razini povećan za 3,13 posto. Ukupno 2.666.936 priključaka putem pokretnih mreža odnosi se na privatne korisnike, dok je poslovnih korisnika evidentirano ukupno 956.924.

Ukupan promet putem širokopojasnog interneta u analiziranom je razdoblju iznosio 404.985.517 GB i povećan je za 18,78 posto u odnosu na zadnje tromjesečje 2018. Glavnina prometa odnosi se na podatkovni promet u nepokretnim mrežama.

Slika 1.
Broj priključaka širokopojasnog pristupa internetu u četvrtom tromjesečju 2019. godine

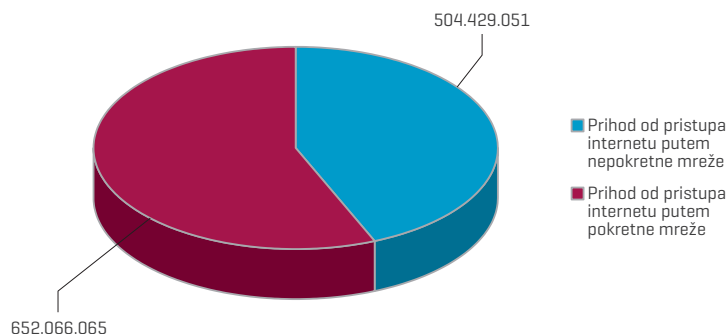
Izvor: HAKOM.



Prihodi od usluga pristupa širokopojasnom internetu na kraju prošle godine povećani su u odnosu na isto razdoblje godinu ranije. Ukupni prihodi u tom su razdoblju iznosili 1.156.495.116 kuna, što je 5,7 posto više nego u istom razdoblju 2018. godine. Trend rasta zabilježen je i kod prihoda od pružanja širokopojasnog pristupa internetu putem pokretnih kao i nepokretnih mreža. Prihod od pristupa internetu putem pokretne mreže povećan je za 9,08 posto. U istom je razdoblju povećanje prihoda od pristupa internetu putem nepokretne mreže iznosilo 1,62 posto.

Slika 2.
Prihod od usluga pristupa internetu u četvrtom tromjesečju 2019. godine, u kunama

Izvor: HAKOM.



U analiziranom je razdoblju prisutan i trend povećanja broja korisnika 4D paketa, i to za 27,33 posto na međugodišnjoj razini. Ukupno je na kraju prošle godine bilo 269.635 korisnika 4D paketa. Kad je riječ o korištenju paketa usluga, i dalje je najviše korisnika 2D paketa, i to 478.996 korisnika. Njihov je broj u odnosu na isto razdoblje 2018. godine smanjen za 3,82 posto. Pad od 3,19 posto prisutan je i kod broja korisnika 3D paketa. Njih je u zadnjem tromjesečju prošle godine bilo ukupno 280.728.

Indeks potrošačkih cijena za travanj 2020. godine ukazuje kako su cijene telefonskih usluga porasle za 1,7 posto u odnosu na travanj 2019. godine. Cijene telefonske opreme u travnju smanjene su za 4,4 posto u usporedbi s istim mjesecom 2019. U prva četiri mjeseca ove godine došlo je do porasta

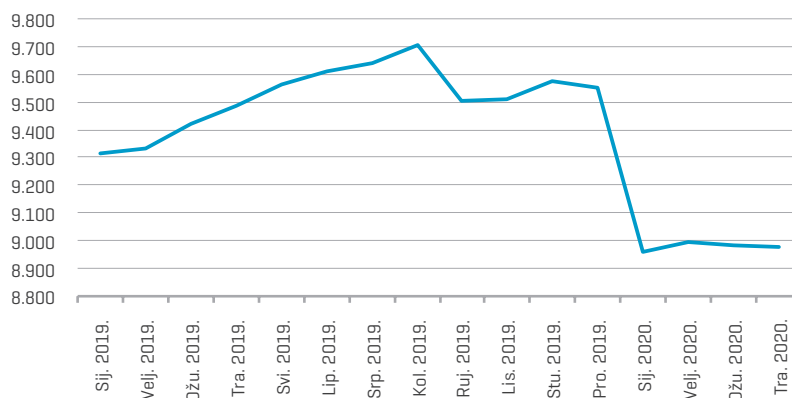
CIJENE TELEFONSKIH USLUGA U PROŠLOJ SU GODINI BILE TEK ZA 0,1 POSTO NIŽE NEGO U 2018.

cijena telefonskih usluga za 1,3 posto na međugodišnjoj razini. Što se tiče cijena telefonske opreme, one su u prva četiri mjeseca ove godine bile za 4,9 posto niže nego u prva četiri mjeseca 2019. godine. Cijene telefonskih usluga u prošloj su godini bile tek za 0,1 posto niže nego u 2018. U istom su razdoblju cijene telefonske opreme smanjene za 2,7 posto.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u prosincu 2019. godine u djelatnosti telekomunikacija radilo je 9.593 zaposlenika. Prosječan broj zaposlenih u ovom sektoru prošle je godine bio 9.582. U usporedbi s 2018. godinom zaposlenost u ovoj djelatnosti na međugodišnjoj razini povećana je za 2,83 posto. Prema privremenim podacima Državnog zavoda za statistiku, prvi mjeseci ove godine obilježeni su značajnim smanjenjem broja zaposlenih u ovom sektoru. Broj zaposlenih u telekomunikacijama u siječnju ove godine pao je za 6,17 posto u odnosu na prosinac 2019. odnosno 3,79 posto u odnosu na siječanj 2019. U narednim mjesecima ove godine došlo je do blagog porasta broja zaposlenih, no on je još uvijek značajno ispod prošlogodišnje razine (slika 3).

Slika 3.
Broj zaposlenih u djelatnosti telekomunikacija u 2019. i 2020. po mjesecima

Izvor: Državni zavod za statistiku.



PROSJEČAN BROJ ZAPOSLENIH U OVOM SEKTORU PROŠLE JE GODINE BIO 9.582.

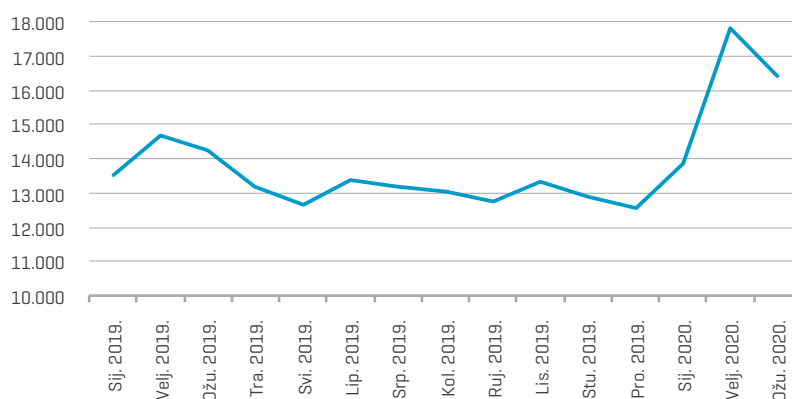
“ Prosječna mjesečna bruto plaća zaposlenika u telekomunikacijama prošle je godine bila 1,55 posto veća nego u 2018. godini.

Za svoj su rad zaposlenici u sektoru telekomunikacija primali plaće veće od prosječnih na razini Republike Hrvatske. Prosječna mjesečna bruto plaća u 2019. u Hrvatskoj je iznosila 8.766 kuna, dok je u sektoru telekomunikacija ona iznosila 13.281 kuna. Prosječna mjesečna bruto plaća zaposlenika u telekomunikacijama prošle je godine bila 1,55 posto veća nego u 2018. godini. U ožujku 2020. prosječna mjesečna bruto plaća po zaposleniku u djelatnosti telekomunikacija iznosila je 16.420 kuna. U istom je mjesecu prosječna bruto plaća u Republici Hrvatskoj iznosila 9.181 kuna.

Na slici 4 prikazano je kretanje bruto plaća u djelatnosti telekomunikacija po mjesecima u 2019. i na početku 2020. godine. Prvi dio godine obilježavaju veće bruto isplate. Treba istaknuti i značajan skok prosječne bruto plaće zabilježen u veljači ove godine. Na međugodišnjoj razini taj porast iznosi čak 21,7 posto.

Slika 4.
Prosječna mjesečna bruto plaća u djelatnosti telekomunikacija, u kunama

Izvor: Državni zavod za statistiku.

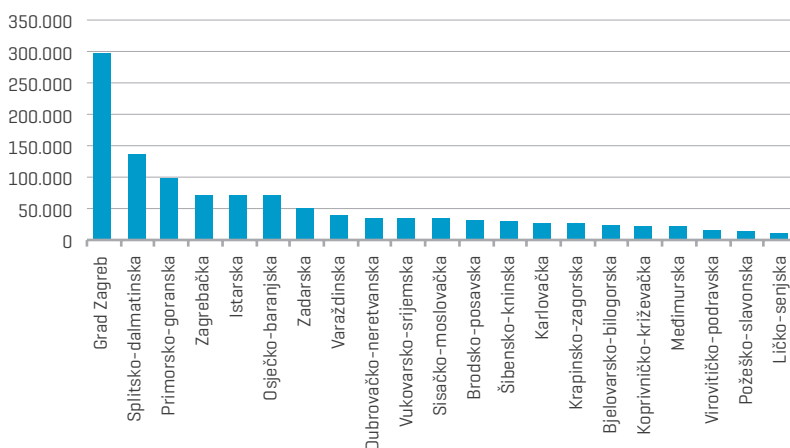


Regionalne razlike u korištenju interneta u Hrvatskoj

Podaci HAKOM-a o broju priključaka, odnosno gustoći priključaka širokopojasnog pristupa internetu ukazuju na značajne razlike među hrvatskim županijama. Po broju priključaka vodi Grad Zagreb s 296.797, odnosno 26 posto ukupnog broja širokopojasnih priključaka internetu u četvrtom tromjesečju 2019.

Slika 5.
Broj priključaka širokopojasnog pristupa internetu po županijama u četvrtom tromjesečju 2019.

Izvor: HAKOM.

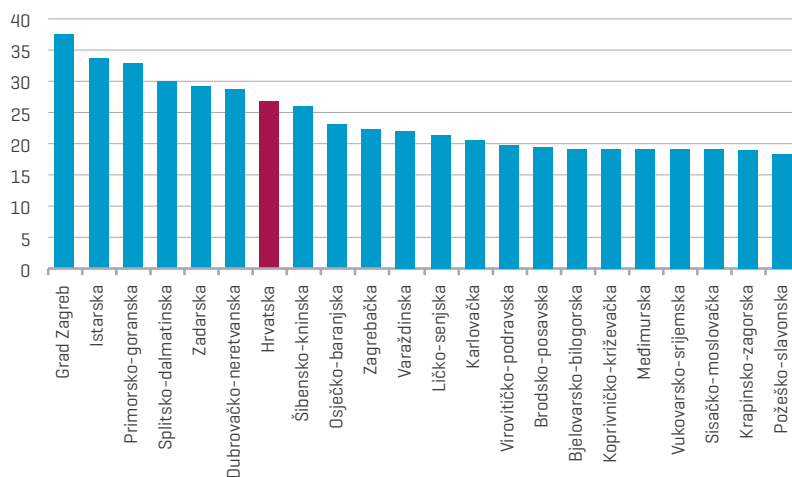


Precizniji uvid u rasprostranjenost priključaka širokopojasnog interneta po županijama daju podaci o gustoći priključaka (slika 6). Izuzme li se Grad Zagreb, podaci ukazuju na nešto veću gustoću priključaka u županijama Jadranske Hrvatske. U tim je županijama u pravilu gustoća priključaka iznad prosječne gustoće na razini Hrvatske. Stoga vrijedi analizirati postoje li regionalne razlike u učestalosti i načinu korištenja interneta između Jadranske i Kontinentalne Hrvatske. U tu su svrhu korišteni podaci Eurostata o korištenju internetskih tehnologija na regionalnoj razini.

INTERAKCIJA S TIJELIMA JAVNE UPRAVE PUTEM INTERNETA NEŠTO JE INTENZIVNIJA U JADRANSKOJ HRVATSKOJ.

Slika 6.
Gustoća priključaka širokopojasnog pristupa internetu po županijama u četvrtom tromjesečju 2019.

Izvor: HAKOM.



Kao što se može zaključiti i iz podataka HAKOM-a, postotak kućanstava koja imaju internet veći je u Jadranskoj Hrvatskoj. Prema podacima Eurostata, riječ je o 84 posto kućanstava naspram 79 posto koliko ih je u Kontinentalnoj Hrvatskoj u 2019. godini. Osim toga, učestalost korištenja interneta u prošloj godini bila je veća u Jadranskoj Hrvatskoj. Čak 76 posto osoba u Jadranskoj Hrvatskoj svakodnevno koristi internet. U Kontinentalnoj Hrvatskoj internet svakodnevno koristi 69 posto ispitanika. Jednom tjedno internetom se koristi 82 posto osoba iz Jadranske i 75 posto osoba iz Kontinentalne Hrvatske.

Interakcija s tijelima javne uprave putem interneta nešto je intenzivnija u Jadranskoj Hrvatskoj. U prošloj je godini 34 posto ispitanika iz Jadranske Hrvatske koristilo internet u svrhu komunikacije s javnom upravom. U isto je vrijeme u Kontinentalnoj Hrvatskoj bilo 32 posto ispitanika koji su internet koristili u istu svrhu.

Stanovnici Jadranske Hrvatske također češće kupuju preko interneta nego što to čine stanovnici Kontinentalne Hrvatske. Tako je prema podacima

“41 posto ispitanika iz Jadranske Hrvatske kupovalo je putem interneta u posljednja tri mjeseca 2019. godine naspram 32 posto ispitanika iz kontinentalne Hrvatske.

za 2019. godinu 41 posto ispitanika iz Jadranske Hrvatske kupovalo putem interneta u posljednja tri mjeseca naspram 32 posto ispitanika iz Kontinentalne Hrvatske. U zadnjoj godini putem interneta je kupovalo 49 posto ispitanika iz Jadranske i 43 posto ispitanika iz Kontinentalne Hrvatske.

Prikazani podaci odnose se na stanje u 2019. godini. Ako se u obzir uzmu podaci za prethodna razdoblja, pojedini pokazatelji u nekim godinama više su u korist korištenja interneta u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Međutim, općenito se može zaključiti da je korištenje interneta u posljednjim godinama zastupljenije na području Jadranske Hrvatske. Podaci koji bi objasnili razloge takve situacije nažalost nisu dostupni. No, bez obzira na regionalne razlike, Hrvatska općenito zaostaje u korištenju interneta i digitalizaciji za drugim zemljama EU-a.

Razlozi spore digitalne transformacije u Hrvatskoj

U prethodnom broju *Sektorskih analiza* posvećenom telekomunikacijama analizirano je koliko i u koju svrhu hrvatski građani i poduzeća koriste internet. Podaci za 2018. godinu pokazivali su zaostajanje Hrvatske u većini pokazatelja za zemljama Europske unije. Iako podaci za 2019. ukazuju na napredak, zaostajanje za prosjekom zemalja EU-a i dalje je prisutno.

Mjere poduzete u svrhu borbe s epidemijom virusa COVID-19 u Hrvatskoj su na određeni način prisilile i građane i poduzeća da se u većoj mjeri oslanjaju na internetske tehnologije. One su potaknule brojna očekivanja o promjeni načina života i poslovanja u Hrvatskoj i dale naslutiti da bi moglo doći do značajnog porasta korištenja interneta i veće digitalizacije. Podaci o tome još uvijek nisu dostupni, no da bismo bolje mogli razumjeti taj pomak, ako do njega zaista i dođe, kao i razmotriti očekivanja u tom aspektu, korisno je analizirati razloge zbog kojih građani u Hrvatskoj, barem do sada, nisu koristili internet i brojne mogućnosti koje on pruža.

U Hrvatskoj je 2019. godine, prema podacima Eurostata, pristup internetu imalo 81 posto kućanstava. Usporedi li se to s prosjekom 27 zemalja EU-a koji iznosi 90 posto, jasno je kako Hrvatska po tom pokazatelju zaostaje za većinom zemalja članica. Međutim, ta brojka ipak ukazuje kako većina hrvatskih građana ima pristup internetu u svom kućanstvu. U konačnici, krajem prošle godine u Hrvatskoj je bilo više od 4,7 milijuna priključaka internetu, što putem pokretne što putem nepokretne mreže, te je značajan dio populacije imao na neki način pristup internetu, ako već i nije imao pristup u svom kućanstvu.

Jedan manji broj osoba koje nemaju pristup internetu u vlastitom kućanstvu kao razlog doista navodi to što ima pristup internetu drugdje. U 2019. godini to je bio slučaj s 5 posto kućanstava u Hrvatskoj. U Hrvatskoj jednom dijelu kućanstava cijena opreme i pristupa internetu i dalje predstavlja razlog zbog kojeg ne koristi internet. Ukupno 35 posto ispitanika koji nemaju pristup internetu u vlastitom domu ograničenjem smatra visoke cijene opreme, a 37 posto njih visoke cijene pristupa internetu. Međutim,

81 POSTO OSOBA NE KUPUJE PREKO INTERNETA ZBOG NAVIKE I LOJALNOSTI TRADICIONALNIM OBLICIMA KUPOVINE.

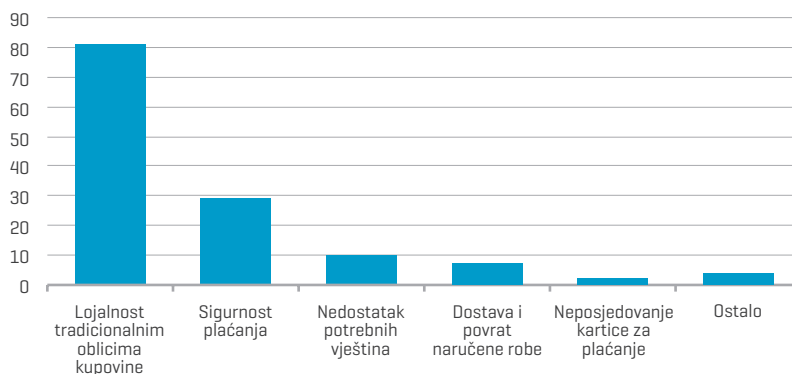
“67 posto osoba u Hrvatskoj nema pristup internetu zato što ga ne treba jer sadržaje na internetu ne smatra potrebnima i korisnima.

vrlo je zanimljivo da 67 posto osoba u Hrvatskoj nema pristup internetu zato što ga ne treba jer sadržaje na internetu ne smatra potrebnima i korisnima. Dakle, ne radi se o objektivnim zaprekama poput cijene, kupovne moći ili dostupnosti, već o percepciji da im internet ne može koristiti u svakodnevnom [privatnom] životu.

Jedan od primjera slabije prihvaćenosti interneta i njegovih mogućnosti svakako je *online* trgovina. Prema podacima Eurostata za 2019. godinu, 35 posto osoba u Hrvatskoj nije nikada kupovalo preko interneta ili je to učinilo samo jednom prije više od godinu dana. Zanimljivo je vidjeti koje razloge ovi ispitanici navode za neusvajanje *online* kupovine (slika 7). Deset posto njih navodi da nema potrebne vještine, dok 29 posto navodi svoju zabrinutost za sigurnost kupovine i plaćanja preko interneta. Međutim, daleko najveći broj je onih koji ne kupuju preko interneta zbog navike i lojalnosti tradicionalnim oblicima kupovine u kojoj mogu vidjeti proizvod, probati ga te komunicirati s prodajnim osobljem. Takvih je čak 81 posto osoba koje nisu usvojile *online* trgovinu.

Slika 7.
Razlozi zbog kojih hrvatski građani ne kupuju putem interneta, 2019.

Izvor: Eurostat.



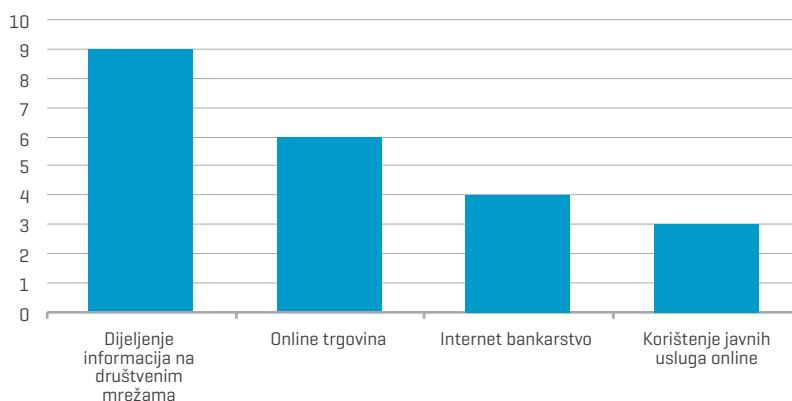
Ovo je vrlo zanimljiv podatak koji objašnjava sporiju dinamiku usvajanja kupovine preko interneta u Hrvatskoj. S obzirom na to da potrošače od

internetske kupovine ne odvrćaju problemi sigurnosti, rokova dostave i povrata, plaćanja kreditnim karticama i slični razlozi, u budućem je razdoblju teško očekivati drastičan zaokret. Ovdje se radi o njihovim preferencijama i iskustvu kupovine koje očekuju, na što je teško utjecati u kratkom roku. U narednom će razdoblju biti zanimljivo vidjeti koliko je epidemija COVID-19 utjecala na intenzivnije prihvaćanje *online* trgovine među hrvatskim građanima, kao i to radi li se o dugoročnom učinku. Naime, bit će potrebno neko vrijeme da uvidimo je li promjena dugoročna ili je zbog eventualnog povećanja došlo zbog nemogućnosti korištenja preferiranog kanala prodaje.

Posljednjih se mjeseci stvorio dojam da je prodaja putem interneta u Hrvatskoj dobila na značaju. Eurostatovi podaci govore da je prošle godine 22 posto poduzeća u Hrvatskoj prodavalo proizvode *online*, ostvarujući tim putem minimalno 1 posto prometa. Podaci za 2020. godinu, kada budu objavljeni, omogućit će da utvrdimo je li doista došlo do promjene u načinu poslovanja, odnosno prodaje. U ovom trenutku ne može se sa sigurnošću tvrditi da zbog novonastale situacije poduzeća nisu samo intenzivnije promovirala tu mogućnost prodaje koja je već postojala u njihovom poslovanju, a nije zaživjela zbog nesklonosti potrošača da je koriste.

Slika 8.

Problemi sigurnosti kao razlozi koji ograničavaju dijeljenje informacija na društvenim mrežama, kupovinu preko interneta, korištenje internet bankarstva te korištenje javnih usluga na internetu u Hrvatskoj u 2019., u postocima



Izvor: Eurostat.

Za razumijevanje slabijeg usvajanja interneta treba uzeti u obzir i eventualnu zabrinutost za sigurnost i privatnost kod korištenja različitih *online* usluga. Podaci Eurostata ukazuju da relativno mali postotak ispitanika navodi zabrinutost za sigurnost kao razlog zbog kojeg ne koristi pojedine usluge *online* (slika 8). Najveći je postotak onih koji zbog sigurnosnih razloga ne žele dijeliti informacije na društvenim mrežama (9 posto). Strah za sigurnost ograničava ili sprečava 6 posto ispitanika da kupuje *online*. Internetskim se bankarstvom ne služi 4 posto ispitanih građana, dok ih samo 3 posto ne koristi *online* javne usluge zbog zabrinutosti za sigurnost. S obzirom na ove podatke ne može se smatrati da bi unapređenje sigurnosti na

INTERNETSKIM SE BANKARSTVOM ZBOG
ZABRINUTOSTI ZA SIGURNOST NE SLUŽI 4 POSTO
GRAĐANA.

internetu doprinijelo intenzivnijem korištenju internetskih usluga. Nesklonost internetskoj tehnologiji i sadržajima te preferiranje tradicionalnih usluga ostaju glavni razlozi zaostajanja u korištenju interneta.

Vodeća trgovačka društva

“ Ukupni prihodi vodećih poduzeća u 2018. godini bili su 2,85 posto veći u odnosu na 2017.

Prema podacima Poslovne Hrvatske, deset vodećih poduzeća u sektoru telekomunikacija u 2018. godini čine sljedeća poduzeća: HT d.d., A1 Hrvatska d.o.o., Tele2 d.o.o., OT-Optima Telekom d.d., Iskon Internet d.d., Odašiljači i veze d.o.o., HEP-Telekomunikacije d.o.o., Nokia Solutions and Networks d.o.o., Printec Croatia d.o.o. i Terrakom d.o.o. Za razliku od 2017. godine, među deset vodećih nisu VIPnet usluge d.o.o. i Metronet telekomunikacije d.d. koje su 2018. godine pripojene tadašnjem društvu VIPnet d.o.o. Tako su među deset vodećih ušli Printec Croatia d.o.o. i Terrakom d.o.o., čiji su ukupni prihodi ostvareni u 2018. ipak značajno niži u usporedbi s ostalim vodećim društvima sektora [tablica 2].

Tablica 2.
Pokazatelji poslovanja vodećih trgovačkih društava u sektoru telekomunikacija u 2017. i 2018. godini

Napomena: Koefficient zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina; koefficient 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.

	2017.	2018.	Indeks 2018./2017.
Ukupni prihodi (mil. kn)	12.293,09	12.643,61	102,85
Bruto dobit (mil. kn)	1.002,66	1.798,66	179,39
Broj zaposlenih	6.156	6.936	112,67
Proizvodnost rada (mil. kn)	1.996,93	1.822,90	91,29
Bruto marža (u %)	8,16	14,23	174,42
Koefficient tekuće likvidnosti	1,36	1,55	113,41
Koefficient zaduženosti	0,34	0,31	91,19

Među prva tri poduzeća nema promjene. HT i dalje drži najveći udio ukupnog iznosa ostvarenih prihoda. Točnije, polovicu ukupnih prihoda vodećih deset poduzeća sektora ostvaruje HT. Slijede ga A1 Hrvatska s 27 posto udjela i Tele2 koji u ukupnim prihodima deset vodećih poduzeća sudjeluje s udjelom od 13 posto. Općenito su ukupni prihodi vodećih poduzeća u 2018. godini bili 2,85 posto veći u odnosu na 2017. Porast prihoda na međugodišnjoj razini zabilježila su gotovo sva vodeća poduzeća. Izuzetak su HT čiji su ukupni prihodi smanjeni za 1,1 posto te Nokia Solutions and Networks s padom od 8,8 posto.

**BRUTO DOBIT NA RAZINI DESET VODEĆIH
PODUZEĆA PORASLA JE ZA ČAK 79,39 POSTO U
ODNOSU NA 2017. GODINU.**

Od deset vodećih poduzeća sektora 2018. godinu je jedino Iskon Internet završio s gubitkom, iako manjim nego godinu ranije. Bruto dobit na razini deset vodećih poduzeća porasla je za čak 79,39 posto u odnosu na 2017. godinu. Treba napomenuti i da su Tele2 i OT-Optima Telekom, koji su u 2017. godini poslovali s gubitkom, 2018. godine ostvarili dobit. Tele2 je nakon gubitka od gotovo 53 milijuna kuna u 2017., godinu kasnije ostvario bruto dobit u iznosu od 339 milijuna kuna. OT-Optima Telekom je 2018. godinu zaključio s 8 milijuna kuna dobiti prije poreza..

Tablica 3.
Pokazatelji poslovanja vodećih trgovačkih društava u sektoru telekomunikacija 2018. godine

	Ukupni prihod (mil. kn)	Indeks 2018./2017.	Koeficijent zaduženosti	Koeficijent tekuće likvidnosti	Bruto marža	Proizvodnost rada (mil. kn)
HT d.d.	6.195,09	98,9	0,13	2,60	19,33	1,56
A1 Hrvatska d.o.o.	3.269,82	102,7	0,75	0,53	5,41	1,94
Tele2 d.o.o.	1.614,82	116,4	0,90	1,32	24,44	6,84
OT-Optima Telekom d.d.	549,38	112,6	0,92	0,44	1,66	1,35
Iskon Internet d.d.	388,52	101,0	0,36	0,66	-1,88	2,51
Odašiljači i veze d.o.o.	241,54	109,0	0,08	4,63	24,48	0,83
HEP-Telekomunikacije d.o.o.	129,64	114,9	0,19	0,68	10,55	3,70
Nokia Solutions and Networks d.o.o.	116,32	91,2	0,82	1,21	2,31	2,47
Printec Croatia d.o.o.	88,50	119,6	0,51	1,43	5,23	1,13
Terrakom d.o.o.	49,97	102,4	1,11	0,74	5,81	1,25

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.

Ukupna zaposlenost deset vodećih društava ovog sektora na međugodišnjoj je razini povećana za 12,67 posto. Godine 2018. u deset vodećih društava radilo je ukupno 6.936 zaposlenih, od čega je 57 posto radilo u Hrvatskom

NA RAZINI DESET VODEĆIH PODUZEĆA 2018. DOŠLO JE DO SMANJENJA ZADUŽENOSTI OD 8,81 POSTO.

“ Ukupna zaposlenost deset vodećih društava ovog sektora na međugodišnjoj je razini povećana za 12,67 posto.

Telekomu. Prva tri trgovačka društva po ostvarenim ukupnim prihodima u 2018. povećala su broj zaposlenih. Najveće povećanje, i to od 31,84 posto, zabilježeno je u Tele2. Za oko 4,5 posto manji broj zaposlenih imali su OT-Optima Telekom i Iskon Internet. Terrakom je u 2018. godini smanjio broj zaposlenih za 11,1 posto u odnosu na prethodnu godinu.

U uvjetima povećanja broja zaposlenih koje je veće od povećanja ukupnih prihoda, na razini vodećih poduzeća sektora došlo je do pada proizvodnosti rada, i to za 8,27 posto. Najveću proizvodnost rada u 2018. godini ostvarili su Tele2 [6,84 milijuna kuna] i HEP-Telekomunikacije [3,70 milijuna kuna].

Koeficijent tekuće likvidnosti za deset vodećih društava u sektoru telekomunikacija dosegno je 1,55, što ukazuje na donekle prihvatljivu razinu održavanja tekuće likvidnosti. U odnosu na 2017. godinu povećan je za 13,41 posto. Zadovoljavajuća razina tekuće likvidnosti na razini deset vodećih poduzeća isključivo je posljedica jako dobre mogućnosti održavanja tekuće likvidnosti u Hrvatskom Telekomu i Odašiljačima i vezama. Vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti u svim ostalim poduzećima ispod je minimalno prihvatljive vrijednosti od 1,5 te bi ova poduzeća mogla ostati bez sredstava za podmirenje kratkoročnih obveza.

“ Zadovoljavajuća razina tekuće likvidnosti na razini deset vodećih poduzeća isključivo je posljedica jako dobre mogućnosti održavanja tekuće likvidnosti u Hrvatskom Telekomu i Odašiljačima i vezama.

Kada je riječ o zaduženosti, na razini deset vodećih poduzeća 2018. došlo je do njenog smanjenja od 8,81 posto te je položaj po pitanju zaduženosti dodatno poboljšao. Međutim, analizira li se zaduženost svakog poduzeća pojedinačno, može se uvidjeti kako su mnoga od njih prezadužena. Najzaduženiji je svakako Terrakom s koeficijentom zaduženosti od 1,11 posto. Prezaduženost je prisutna i u poduzećima Nokia Solutions and Networks, OT-Optima Telekom, Tele2 i A1 Hrvatska.

Promjene i izvanredne okolnosti koje su obilježile kraj prvog i početak drugog tromjesečja svakako će se odraziti i na poslovanje poduzeća u sektoru telekomunikacija. U vrijeme izvanrednih okolnosti povećana je

potreba i korištenje telekomunikacijskih usluga, zbog čega je ovaj sektor na prvi pogled u povoljnijem položaju u odnosu na neke druge djelatnosti. Međutim, recesija koja slijedi u narednom razdoblju se također može negativno odraziti na poslovanje poduzeća u ovom sektoru. Kao što je napomenuto, trenutno nije poznato je li doista došlo do povećanog korištenja telekomunikacijskih, odnosno internetskih usluga zbog nemogućnosti korištenja tradicionalnih kanala. Osim toga, prestanak rada poslovnih subjekata za vrijeme, ali i nakon epidemije, negativno će se odraziti na prihode u segmentu poslovnih korisnika.

Ovi i neki drugi izazovi prepoznati su od strane HT Grupe koja iz tih razloga unatoč zadovoljavajućem poslovanju na početku ove godine u razmatranje stavlja projekcije za ovu godinu [HT, 2020].

Zaključak i očekivanja

“Ove smo godine svjedočili pojačanom pritisku prema digitalizaciji poslovanja djelovanjem vanjskih čimbenika u izvanrednim okolnostima.

Podaci za prošlu godinu svjedoče o nastavku trendova u korištenju pokretne i nepokretne mreže te interneta koji su prisutni već duži niz godina. Tu se prvenstveno misli na povećanje broja korisnika pokretne telekomunikacijske mreže i širokopojasnog interneta te manje korištenje nepokretne komunikacijske mreže. U prošloj godini zabilježen je i veći broj prenesenih brojeva u pokretnoj mreži, što se u određenoj mjeri može smatrati i posljedicom prošlogodišnje odluke HAKOM-a o ograničavanju naknade za raskid ugovora na 1.000 kuna. Vodeća trgovačka društva, osobito prva tri trgovačka društva, u analiziranom su razdoblju ostvarila dobre rezultate poslovanja. Međutim, naredno razdoblje za sektor telekomunikacija, kao i za ostale sektore, nosi brojne neizvjesnosti.

Ove smo godine svjedočili pojačanom pritisku prema digitalizaciji poslovanja djelovanjem vanjskih čimbenika u izvanrednim okolnostima. To svakako daje priliku mnogim poduzećima da naprave iskorak prema digitalnom poslovanju na koje se mogu usmjeriti u većoj mjeri. Barem kratkoročno možemo očekivati pozitivne pomake u korištenju telekomunikacijskih usluga. Međutim, pitanje ostaje koliko će dugoročno poduzeća [ali i pojedinci] prihvatiti nove trendove s obzirom na to da su istraživanja pokazala da su digitalizaciji i praćenju digitalnih trendova poduzeća zbog svoje tromosti najveća smetnja [Kane, 2019].

Ne treba zanemariti brzinu promjena koje se događaju u digitalnim tehnologijama, zbog čega je nužna kontinuirana predanost usvajanju i razvijanju novih rješenja. Drugim riječima, činjenica da su građani i poslovni subjekti u Hrvatskoj zbog izvanrednih okolnosti bili primorani okrenuti se digitalnim tehnologijama i primijeniti nove oblike poslovanja u ožujku 2020. godine dugoročno ne znači značajan pomak ako i u budućnosti ne nastave pratiti nove tehnologije i ići u smjeru daljnje digitalizacije. Promjene koje se u ovom području događaju su vrlo brze, tehnologija brzo zastarijeva i bez kontinuirane predanosti ne može se smanjiti zaostajanje za drugim zemljama u ovom području.

BEZ KONTINUIRANE PREDANOSTI NE MOŽE SE
SMANJITI ZAOSTAJANJE ZA DRUGIM ZEMLJAMA U
OVOM PODRUČJU.

Jedan dio pojedinaca i poslovnih subjekata koji se po Rogersovoj teoriji širenja inovacija mogu svrstati u skupinu oklijevala, odnosno kasnih usvojitelja, u novim je okolnostima svakako dobio priliku probati internet i njegove mogućnosti. To, međutim, ne znači nužno da će oni doista postati stalni korisnici i u potpunosti usvojiti novu tehnologiju ako ona nije u skladu s njihovim preferencijama i potrebama. Stoga ostaje vidjeti učinke nedavnih okolnosti na korištenje telekomunikacijskih usluga i poslovanje poduzeća u telekomunikacijskom sektoru kada budu dostupni relevantni podaci.

Literatura:

Državni zavod za statistiku. [2020., 16. siječnja]. *Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2019.* [Priopćenje, broj 13.1.1/12.].

Državni zavod za statistiku. [2020., 15. svibnja]. *Indeksi potrošačkih cijena u travnju 2020.* [Priopćenje, broj 13.1.1/4.].

Državni zavod za statistiku. [2020]. *Statistika u nizu: Plaće* [19.5.2020.].

Državni zavod za statistiku. [2020]. *Statistika u nizu: Zaposlenost* [19.5.2020.].

Državni zavod za statistiku. [2020]. *Statistika u nizu: Zaposlenost* [20.5.2020.].

Eurostat. [Digital economy and society database]. Preuzeto sa: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti [HAKOM]. [2020]. *Tromjesečni usporedni podaci tržišta elektroničkih komunikacija u Republici Hrvatskoj, četvrto tromjesečje 2019. godine.* Zagreb: Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti [HAKOM].

HT. [2020., 30 travnja]. *Rezultati za tri mjeseca do 31. ožujka 2020.* Preuzeto sa: <https://www.t.ht.hr/odnosi-s-investitorima/vijesti-za-investitore/5098/Rezultati-za-tri-mjeseca-do-31-ozujka-2020.html>

Kane, G. [2019]. The technology fallacy. *Research-Technology Management*, 62[6], 44–49.

Poslovna Hrvatska. Preuzeto sa: <http://poslovna.hr>

**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

Autorica analize

Ljiljana Božić

Izvršna urednica

Doris Baničević

Lektura

Doris Baničević

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 2020.