

Mobilni virtualni mrežni operator

PIŠE: *Željko Popović*

FOTO: *iz korporativnoga fundusa*

Hrvatsko tržište mobilne telefonije postaje sve zrelije. S penetracijom od preko sto posto postaje sve teže pridobiti preostali dio populacije, a time i zadržati postojeće korisnike s međusobno sličnim i nediferenciranim ponudama. Na ovoj razini penetracije, radi ubrzanja tržišnog natjecanja i daljnje liberalizacije telekomunikacija, u većini zemalja Europske unije regulatorno tijelo je počelo podržavati ulazak alternativnih mobilnih operatora prema modelu mobilnog virtualnog operatora.

Model mobilnog virtualnog mrežnog operatora (MVNO) razvijen je u zapadnoj Europi. Prvim uspješnim komercijalnim operatorom ovoga tipa smatra se Virgin Mobile. U načelu se mobilni virtualni mrežni operatori pojavljuju na tržištima koja se bliže zasićenju, i na kojima više nije moguće postići rast na osnovi „klasičnih“ ponuda mrežnih operatora. Zbog toga su se, recimo, prvi mobilni virtualni mrežni operatori u Sjedinjenim Američkim Državama pojavili nešto kasnije nego u zapadnoj Europi. Američko tržište, naime, po zasićenosti komunikacijskim uslugama kaska iza Europe. Međutim, daljnji rast tržišta mobilnih virtualnih mrežnih operatora očekuje se i u Americi i u Europi.

Najrazvijenije tržište mobilnih virtualnih mrežnih operatora je u zemljama zapadne Europe. U Velikoj Britaniji, Nizozemskoj i Njemačkoj, primjerice

djeluje 40 mobilnih virtualnih mrežnih operatora, dok su se u Španjolskoj i Italiji tek počeli pojavljivati, a u Sloveniji postoje čak tri operatora ovoga tipa - IziMobil, Debitel i Mercatorov MVNO. Da, dobro ste zaključili svoje mobilne virtualne mrežne operatore imaju i neki veliki trgovački lanci, što je posebno popularno u Velikoj Britaniji. Danas u prosjeku na tržištima Europske unije mobilni virtualni operatori drže preko 10% tržišta, a u najrazvijenijim sjevernoeuropskim zemljama i preko 20%. Mobilni operatori koji su prvi prihvatili virtualne operatore i razvili dobru veleprodajnu strategiju bili su redovito pobjednici u ovoj igri te ostvarili znatnu tržišnu prednost i u prihodima i u ukupnom broju korisnika u odnosu na konkurente koji nisu prihvatili ovaj model partnerstva među operatorima. Očekujemo da će sličan trend uskoro zaživjeti i u Hrvatskoj.

MOBILNA PENETRACIJA JE U HRVATSKOJ KRAJEM 2008. GODINE BILA 133,6 POSTO, ŠTO JE ZNAČAJAN PORAST U ODNOSU NA KRAJ 2007. KADA JE BILA 114,9 POSTO.

Što kaže slovo zakona u Hrvatskoj

Na temelju članka 130. Zakona o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08), a u svezi s člankom 52. Zakona o telekomunikacijama (NN 122/03, 158/03, 60/04 i 70/05), i člancima 3. i 5. Pravilnika o pristupu mreži i međusobnom povezivanju (NN 185/03),

omogućen je rad mobilnih virtualnih mrežnih operatora.

Telcro Grupa započela je projekt pokretanja virtualnog operatora u Hrvatskoj još krajem 2006. godine. Međutim, zbog nedorečenosti postojeće regulative postupak nije proveden u praksi.

Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije je 23. listopada 2008. godine donijela rješenje kojim se nalaže trgovačkom društvu T-Mobile Hrvatska da u skladu s postojećom regulativom omogući otvoreni pristup svojoj mreži trgovačkom društvu Telcro grupa radi pružanja usluga virtualnog mobilnog mrežnog operatora. Ovo rješenje predstavlja prvu izvršnu odluku koja se odnosi na mobilnog virtualnog operatora u Hrvatskoj i predstavlja ključni trenutak ne samo za Telcro grupu, već i za cjelokupni daljnji razvoj

i napredak mobilnih komunikacija u Hrvatskoj. Krešimir Profaca, izvršni direktor Telcroa u hrvatskim je medijima najavio da će Telcro s komercijalnim radom u Hrvatskoj krenuti do ljeta 2009. godine. Procjenjuje se da bi Telcrou u Hrvatskoj za uspješno poslovanje dovoljno bilo nekoliko desetaka tisuća korisnika, za razliku od klasičnih mobilnih operatora, koji da bi bili uspješni moraju imati bazu od barem milijun korisnika.

O mobilnom virtualnom mrežnom operatoru

Mobilni virtualni mrežni operatori (MVNO - *Mobile Virtual Network Operator*) su kompanije koje ne posjeduju vlastitu radio mrežu te nude mobilne telekomunikacijske usluge putem infrastrukture drugih mobilnih operatora. Ove tvrtke posjeduju opremu koja im je neophodna za pružanje usluga i njihovu naplatu, dok se radio oprema "iznajmljuje", odnosno do korisnika se dolazi putem ugovora s jednim od postojećih operatora na tržištu koji raspolaže komunikacijskom infrastrukturom. Korisnici mobilnih usluga mobilnih virtualnih mrežnih operatora koriste usluge na isti način kao i kod drugih mobilnih operatora, što znači između ostaloga da im se na mobitelima prikazuje logo virtualnog operatora. Zbog toga što nemaju potrebu za gradnjom vlastite infrastrukture, glavne prednosti virtualnih operatora su niže cijene komunikacijskih

usluga za krajnje korisnike i mogućnost bržeg pokretanja mreže. Posljedica ovakvog načina rada je brža prilagodba mobilnog virtualnog mrežnog operatora potrebama tržišta.

Kada je riječ o hrvatskom tržištu, za ulazak mobilnih virtualnih operatora nije potrebna koncesija, a time ni javni natječaj, već isključivo dozvola koju izdaje Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije (HAKOM). Mobilni virtualni operatori orijentiraju se na uski segment ponude i u pravilu taj segment značajno obogaćuju. Ujedno povećavajući konkurenciju na tržištu donose građanima i tvrtkama niz komunikacijskih pogodnosti. Ono što ove operatore čini posebnim je upravo veći fokus na marketing i prodaju, nego na samu telekomunikacijsku infrastrukturu.

