



rockad



The Stockholm Chamber
of e-commerce



INTERACTIVE
INSTITUTE

infobyte

2 | mars 2001

Mobila Internettjänster i Saudiarabien [Fredrik Krantz]

En artikel från Rockad

Kontakta redaktionen

Nicklas Lundblad,
Stockholms
handelskammare
nicklas@acm.org

Alex Jonsson,
Interactive Institute
alex.jonsson@interactiveinstitute.se

Per Melander,
Interactive Institute
per.melander@interactiveinstitute.se

PDF- & Webbproduktion

Pär Abrahamsson,
Svenska Infobyte
par@Infobyte.se

Mobila Internettjänster i Saudiarabien

Av: Fredrik Krantz, projektledare på Intelligence

Bakgrund

Som Projektledare på Intelligence, ett strategikonsultföretag med fokus bl.a på telekom/trådlöst, åkte jag och ett team till Riyadh i slutet av augusti för att sätta upp mobila Internettjänster baserade på WAP/GSM. Projektet är ett samarbete mellan Ericsson, Intelligence och Edgecom och denna artikel omfattar några av de lärdomar och upptäckter jag gjorde under detta projekt, som jag var en del av under drygt fyra månader.

När man talar om telekommunikation och mobilt internet är det sällan Mellanöstern kommer på tal. Skandinaver och amerikanare har ett inofficiellt monopol på att vara ledande inom "Den Nya Mobiliteten". Och hittills har utvecklingen letts av några få länder – som gjort sina små missar och uthärdat den nya teknologins barnsjukdomar. I bakvattnet efter Sverige, Finland och USA kommer nu många nationer, som genom att lära sig av andras misstag nu har möjligheten att accelerera den egna utvecklingen inom mobiltelefoni och internet. Den utvecklingen har vi sett även i Mellanöstern, bland annat i Dubais satsning på den nya teknologin som resulterat i byggandet av ett Internet City, med generösa villkor för de företag som väljer att placera sig i "Dubais Silicon Valley". Men Saudiarabiens strävan är att vara den arabiska stat som ligger längst fram i utvecklingen, och vårt projekt var nära sammanlänkat med denna strävan.

Saudiarabien

Saudiarabien är en relativt ung nation, bildad 1932, och av många nära associerad med olja. Landet kontrollerar uppskattningsvis en fjärdedel av jordens oljetillgångar, vilket ger en inkomst som huvudsakligen fördelas ut till Kungafamiljen – bestående av Kungafamiljen, cirka sex tusen prinsar och ett okänt antal prinsessor.

Den totala populationen är drygt 22 miljoner varav ungefär en fjärdedel är gästarbetare från huvudsakligen Sri Lanka, Indien och Filippinerna, mestadels invandrade för att arbeta inom serviceyrken. Det finns också en stor mängd västerlänningar som generellt sett arbetar som konsulter och inom högre befattningar.

Det förekommer knappt någon turism i Saudi, och möjligheterna att besöka landet är begränsade till någon av kategorierna "arbete", "besök av släkt" eller "besök av religiösa skäl". Men om den traditionella turismen är begränsad så är den religiösa desto mer utbyggd: Varje år besöker drygt 2 miljoner människor under den tio dagar långa pilgrimsperioden, Hajj, och vallfärdsorterna Mekka och Medina står med allt från enkla hotell till lyxhotell från de internationella kedjorna. Dessa två heliga städer är dock stängda för icke-muslimer.

Landet är strikt muslimskt och lagen utövas strikt enligt shariah.

Telekommarknaden

Under 1999 bolagiserades den befintliga monopolaktören Saudi Telecom Company (STC) och mobiltelefonin blev en egen enhet. Än så länge ägs STC till 100% av den Saudiska staten, men diskussioner kring privatisering har förts under en längre tid. Det ryktas om en viss avreglering av marknaden till årsskiftet, då eventuellt en ny mobillicens kommer att delas ut till en internationell aktör.

Den fasta telefonipenetrationen är låg, ungefär 15%, och en Saudisk man jag satt bredvid på flyget hävdade att han under 1998 varit tvungen att köpa två telefonlinjer på den svarta marknaden för att överhuvudtaget kunna få telefon till sitt företag. Priset för detta skulle ha varit motsvarande drygt 27000 kronor per linje.

Mobilpenetrationen är ungefär lika hög som den fasta, men STC har lagt ned investeringar och möda för att öka nätverkets kapacitet och kunna erbjuda tjänster till en större marknad. Dock märks den tidigare monopolsituationen i hög grad på STC, både vad gäller tänkande och strategi. STC har tidigare inte marknadsfört sina tjänster men under sensommaren 1999 påbörjades bygget av en marknadsavdelning på mobilavdelningen, för att öka marknadstänkandet och förbereda för den konkurrens som kommer att vara verklighet inom en snar framtid.

Kvaliteten på mobiltelefonin var mycket låg när jag kom till Riyadh första gången i slutet av augusti, men den har stigit drastiskt genom ett utbyte av teknik i de östra regionerna av Saudiarabien. Under de första månaderna var det mycket få telefonsamtal som inte kopplades ned inom fem minuter, men idag kan man både överföra tal med god kvalitet och använda datatjänster med rimlig överföringshastighet.

Tjänsteutvecklingen på den mobila sidan har till stor del drivits genom att snegla på USA och Europa och krav från högt uppsatta personer att dessa tjänster skall finnas i Saudiarabien. Hur fallet är med SMS vet jag inte, men SMS lanserades på den saudiska marknaden under augusti 2000 som en gratis testprodukt, och under den tiden skickades mer än en halv miljon SMS per dag, en summa som drastiskt minskade då testperioden gick ut och en ganska aggressiv prissättning tog vid. Flera personer jag intervjuade i Saudi hävdar att detta berodde på att STCs rädsla för att överlasta nätverket blev större än viljan att driva användandet av mobil data – och risken är naturligtvis att en hög prissättning gör marknadsprocess längre än nödvändigt.

För faktum är att Saudi Telecom Company förr eller senare kommer att befinna sig på en konkurrensutsatt marknad, där priserna på standardtjänster, som exempelvis tal, kommer att sjunka. Erfarenheten visar att ARPU (Average Revenue Per User) sjunker drastiskt då en marknad konkurrensutsätts, och en viktig motvikt till denna trend är ökat användande av mobil data eftersom det kräver mindre av nätverket och kan prissättas på ett sätt som ytterligare ökar intäktpotentialen. Ett SMS tar upp så lite nätverkskapacitet att operatörens vinst är närmare flera hundra gånger högre än för voice. Det är en intressant tanke om hur prissättning kan baseras mer på upplevt värde än faktiska kostnader för tjänsten. Och få tycker att SMS är dyra nuförtiden.

Internetmarknaden

Internetpenetrationen är uppskattningsvis 5%, till största delen beroende på den låga penetrationen inom fast telefoni. Under 1998/9 öppnades ISP-marknaden upp och ett 40-tal Internet Service Providers (ISP) fick licenser. Många har dock försvunnit sedan dess då de inte får använda egna modempooler utan måste köpa kapacitet av den centraliserade statsägda modempoolen, vilket skapar flaskhalsar och höga kostnader. Kvarvarande ISP klagar högljutt över situationen och en förändring tycks vara på gång.

Några större portaler finns, men i stort är internetmarknaden begränsad. De flesta av de stora dagstidningarna har lanserat internetsiter, men ordentlig drivkraft saknas beroende på den låga internetpenetrationen och den nationella censuren som enligt uppgift gör att många Saudier väljer att inhämta information från internationella aktörer som CNN, BBC eller de stora amerikanska portalerna.

Internet är censurerat genom att all Internettrafik i Saudi går genom en nationell brandvägg som blockerar siter med otillbörligt material – mestadels pornografi och anti-muslimskt innehåll. Vissa offentliga platser, som exempelvis hotell, kompletterar denna åtgärd med ett mjukvarufilter av samma typ som NetNanny. Detta gav intressanta effekter när jag läste mina e-mail på hotellets dator och ständigt blockerades ut från mail av totalt oskyldig härkomst. Min och teamets slutsats var först att den svenska siffran sex var boven i dramat, men senare genomläsning av filtrerade mail visar att så inte var fallet. Ett arabiskt mysterium måhända.

Mobilt Internet

STC's satsning på datatrafik och mobilt internet är en av strategierna för att minska effekterna av reduceringen i lönsamhet på voice, och i första fasen kom WAP över GSM, som var teknikbasen för vårt projekt i Saudi. Teamet arbetade med att definiera tjänsteerbjudandet, förhandla med partners, utbilda kundsupport och i allt övrigt svara för att en fungerande WAP-tjänst kunde lanseras. Idag är tjänsten i bruk och omfattar informationstjänster, vissa banktjänster och regionala applikationer – som exempelvis bönetider. Än så länge finns dock en relativt begränsad användarbas, och det finns en del kvar att göra för att öka användandet av mobilt internet.

Eftersom den mobila penetrationen i Saudiarabien är ungefär lika hög som den fasta, får det mig osökt att tänka på den japanska marknaden som varit ungefär samma situation. Konsekvensen i Japan blev att den mobila internetpenetrationen snabbt gick om den fasta – mycket tack vare DoCoMo's iMode. Det finns många faktorer som pekar på att en liknande utveckling skulle kunna äga rum i Saudi, förutsatt att den mobila internetmarknaden drivs framåt av STC men också av andra aktörer på marknaden; banker, tidningar, applikationsutvecklare etc.

Att arbeta i Saudi

Det Saudiska arbetsklimatet är intressant men kan vara ganska frustrerande ibland. Att få vänta både en och två timmar på att toppchefer kommer till utsatta möten är inte ovanligt, att möten blir inställda eller uppskjutna är legio och att beslut tar både tre och fyra veckor inga undantag. Företagen är hierarkiskt uppbyggda och den osynliga politiska agendan är i de allra flesta fall viktigare än den praktiska. Detta kan göra det svårt att förutse reaktioner och bedöma vad "ja" eller "nej" egentligen betyder. En lärdom jag drog var att helt enkelt ha tålamod i processen eftersom det snart nog uppdagades vilka de egentliga orsakerna var till förseningar eller ovilja att ta beslut. Och

detta var också det vanligaste rådet från alla som gjort affärer länge med Saudierna – hav tålamod.

Tålamod krävdes kanske speciellt mycket under december, månaden då Ramadan inföll. Vi hade hört varnande rykten om att Saudiernas produktivitet under Ramadanmånaden går ner till ungefär 30%, eftersom de inte är tillåtna att vare sig äta, dricka, tugga tuggummi eller röka under dygnets ljusa timmar. Tyvärr visade det sig att detta förbud även gällde utlänningar baserade i Saudi, och den Saudiska regeringen utfärdade ett löfte om att utvisa alla utlänningar som bröt mot dessa regler.

Ramadans sista vecka är en enda lång fastefest (gemenligen kallat Tok-Ramadan av vissa västerlänningarna) och då låg den effektiva arbetstiden mycket nära nollpunkten. Teamet försökte lägga alla uppgifter på icke-muslimer, men eftersom inte heller viktiga beslut tas under denna period så innebär Ramadan en bitvis ganska stor prövning för det beryktade tålamodet.

Saudierna är öppna och mycket trevliga att arbeta med. De har ofta studerat vid amerikanska universitet, vilket gör att de är mycket västerländska i sättet och det är min erfarenhet att de inte tar illa upp om någon gör en kulturell groda – råkar äta med vänster hand eller lägga benen i kors, till exempel.

Slutligen...

Telekommarknaden i Mellanöstern är mycket intressant; det finns en enorm vilja och entreprenörsanda inom de flesta delarna av värdekedjan och det saknas inte kapital.

GPRS och nästkommande tekniker för mobiltelefoni och mobil data finns redan på operatörernas agenda, vilket gör att det tekniska gapet till Europa och USA minskar stadigt. Vad som saknas, dock, är kunskap och erfarenhet från de marknader som gått igenom den process som Saudiarabien och andra länder i regionen går igenom just nu. Den högre utvecklingstakten skapar ett större behov av kompetens – och behov av nya typer av kompetens som traditionellt inte ingår i operatörens organisation.

Med en snabbare utvecklingstakt finns också risken att användarna glöms bort – att marknaden inte är mogen för de tjänster som lanseras. Men med Japan i färskt minne, är det kanske mer sannolikt att användarnas mognad utvecklas på ett annat sätt än i Europa och USA. I vilket fall som helst är det uppenbart att Mellanöstern är en region att hålla ögonen på i framtiden!