

Екатерина Баранова

# Спутниковый прием в Приволжском федеральном округе

В продолжение серии обзоров о спутниковом приеме в федеральных округах Российской Федерации поговорим о ситуации в Приволжье.

## Справка о регионе

Приволжский федеральный округ включает в себя 14 регионов и республик, население которых в общей сложности составляет чуть более 21 процента всего населения России. Несмотря на то, что территория округа представляет собой лишь немногим более 6 процентов территории страны, доля промышленного производства составляет почти 24 процента, а объем выпуска сельскохозяйственной продукции — почти 25 от общего вклада этих сегментов рынка в экономику России. Основное население округа сосредоточено в городах.

## Распространение спутниковых платформ

Как и в других федеральных округах, большинство установщиков, опрошенных нами в Приволжском ФО, работают с платформой «Триколор». Второе место по количеству дилеров в регионах округа разделили между собой проекты «Телекарта» и «Континент ТВ». В меньшинстве — «Восточный Экспресс» и «Платформа HD». Многие респонденты отметили, что параллельно с указанными платформами занимаются подключением клиентов на открытые пакеты.

Согласно результатам нашего опроса в долгосрочной перспективе в Приволжском ФО наиболее выгодным выглядит положение платформ «Триколор», «Континент ТВ» и пакета «Телекарта». Причем последний в этом списке появился относительно недавно. Хотя до сих пор наибольшее количество установок приходится на «Триколор», «Телекарта» и «Континент ТВ» уже достаточно серьезно заявили о себе, чтобы абоненты начали задумываться о своем выборе, не просто слепо следуя за рекламой.

ИП Ширенин К.В., Нижегородская область: «Триколор» стартовал первым. Он до сих пор «подкупает» доступностью абонентской платы и бесплатным пакетом каналов. Удобство наведения и качество сигнала позволяют получать стабильную картинку. «Телекарта» — тоже удачный проект для абонентов пожилого возраста и дачников».

По сути, сегодня в Приволжском ФО можно указать две основные конкурирующие платформы — «Триколор» и «Телекарту». В этой борьбе на стороне первой из упомянутых платформ играют стереотипы, сложившиеся в головах абонентов, их привычка к тому, что «Триколор» — это дешево и удобно. Кроме того, недавно в пакете появились каналы высокой четкости.

ИП Васягин Д.С., Республика Мордовия: «Реклама бренда «Триколор» прочно впечатала в сознание всех, что спутниковое телевидение и «Триколор» — это одно и то же».

«Сатурн-ТВ», Самарская область: «Триколор» у всех на слуху. Многие даже думают, что цифровое телевидение — это только «Триколор». Когда о других операторах начинаешь говорить, глаза расширяются!»

ИП Попов А.В., Ульяновская область: «Так как установку производим и в кредит, до сих пор особо спрос на различные платформы от уровня доходов не зависел. Все предпочитали «Триколор». Но с появлением «Телекарты» предпочтения у людей пенсионного возраста изменились. Основной критерий: «Нам много каналов не надо, только центральные», и стоимость оборудования более

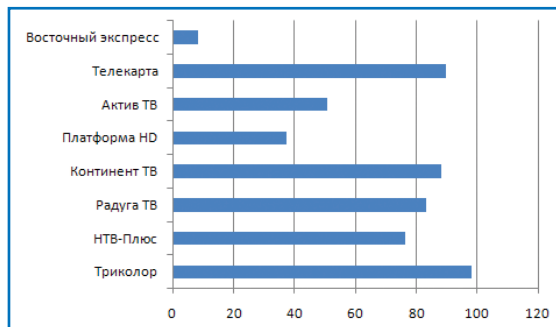


Рис. 1. Платформы, с которыми работают установщики (в процентах от общего количества респондентов)

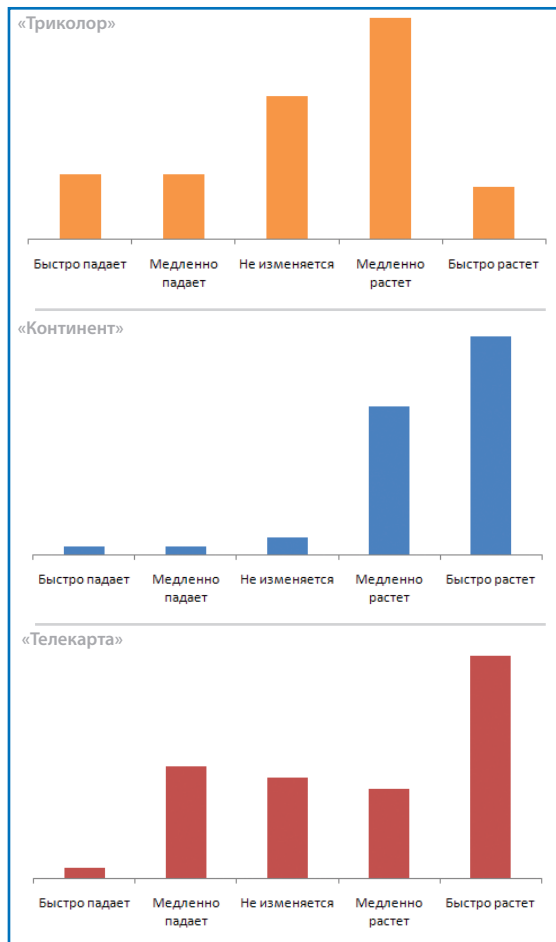
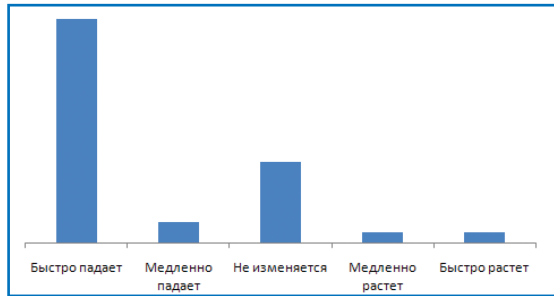


Рис. 2. Изменение уровня спроса на пакеты «Триколор», «Континент» и «Телекарта» по мнению установщиков Приволжского федерального округа

Рис. 3. Изменение уровня спроса на пакет каналов высокой четкости от «Платформы HD» по мнению установщиков Приволжского ФО



низкая. Да и в городе выбирают «Телекарту» в качестве второго приемника спутникового телевидения в дом.

Аргументы против «Триколора», по словам опрошенных компаний, — качество ресиверов и, на практике, не самые низкие цены.

Сatsamara.Ru, Самарская область: «Практически все знают только «Триколор», поэтому и спрашивают его. А когда узнают про «Телекарту», то и её с удовольствием ставят».

ИП Денисов А.Г., Пензенская область: «Триколор» уже достиг своего насыщения, да и подорожал он намного с начала реализации. А спрос на «Телекарту» постоянно растет из-за низкой цены оборудования (более чем в два раза по сравнению с «Триколором»).

«Сатурн-ТВ», Самарская область: «В последнее время «Телекарта» по числу установок значительно возросла. Этот пакет отличается недорогим оборудованием и доступной абонентской платой».

ИП Коняев В.Ф., Пермский край: «Спрос на «Триколор» растет в зимний период: покупают, в основном, сельские жители, летом спрос на него падает. На «Телекарту» все наоборот: летом покупают дачники, строители и т.д., то есть не местные».

Быстрее всего, по мнению установщиков, спрос падает на пакет каналов высокой четкости от «Платформы HD». В основном это связывают с непонятным будущим проекта. Причем падение спроса вызвано даже не отказом самих абонентов, а прекращением работы с этой платформой самих установщиков.

«Сатурн-ТВ», Самарская область: «Ситуация с «Платформой HD» вообще непонятная. Только по этой причине мы «Платформу HD» перестали предлагать клиентам».

Относительно остальных платформ мнения установщиков по динамике спроса разделились. Кто-то говорит о том, что в связи с развитием цифровой техники появляется интерес к качественному контенту от «НТВ-Плюс» и «Рикор» («Актив ТВ»); другие же считают, что большинство хотело бы смотреть максимум каналов за минимальные деньги, поэтому их выбор сосредоточен на «Триколоре» и «Телекарте» (а остальные платформы быстро теряют популярность).

ИП Соболев С.А., Кировская область: «Рынок насыщен. Спросом пользуются только операторы с небольшой абонентской платой и большим количеством каналов».

К слову, чаще всего в ракурсе «вдруг появившегося интереса» к качественному контенту установщики упоминали «Актив ТВ» от компании «Рикор» (правда, только для городского населения), хотя это и не видно из диаграмм изменения уровня спроса. Респонденты отмечают, что на руку этой компании сыграли новые пакетные предложения каналов и обновленное оборудование.

ИП Рогов В.В., Нижегородская область: «Актив ТВ» подкупает новыми возможностями, качеством картинки и абонентской платой».

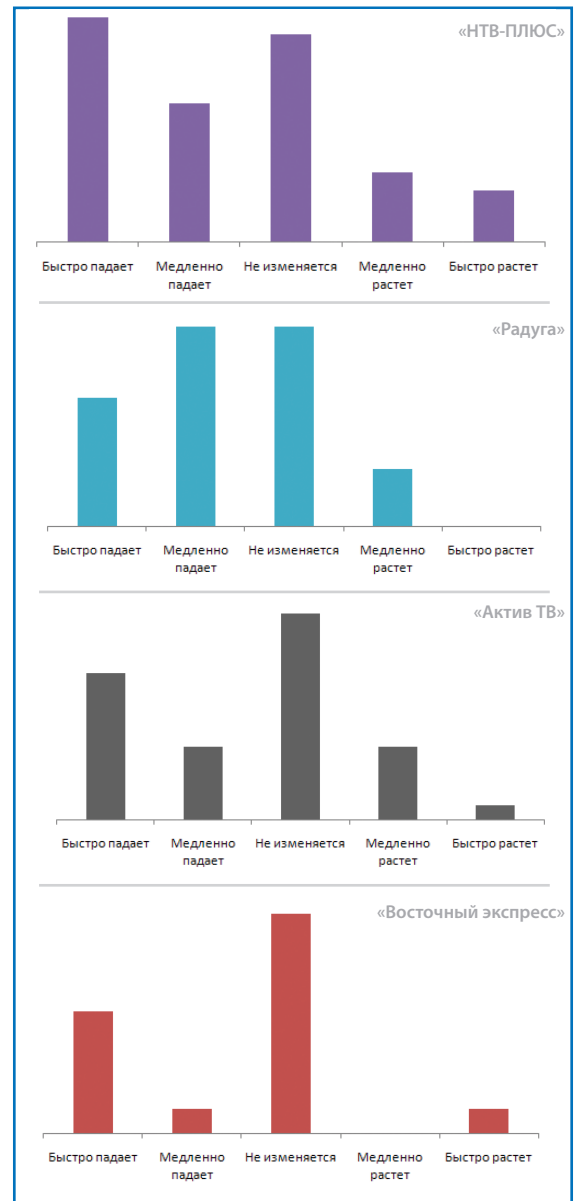


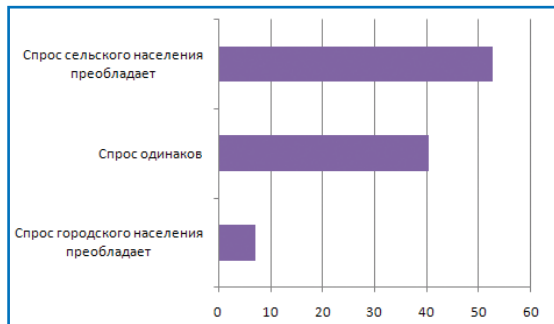
Рис. 4. Изменение уровня спроса на пакеты от «НТВ-Плюс», «Радуги», «Актив ТВ» и «Восточного Экспресса» по мнению установщиков Приволжского ФО

В качестве основных причин отказа от подключения к этим платформам (по отзывам клиентов) установщики указывают отсутствие достойного контента, дороговизну пакетов. Соответственно, спрос на них есть, но незначительный по сравнению с «Триколором» и «Телекартой».

ИП Денисов А.Г., Пензенская область: «НТВ-Плюс» — дорогое удовольствие, только для избранных. «Континент», «Платформа HD» и «Рикор» у нашего населения не прижились по разным причинам. Мне кажется, в основном это произошло из-за конкуренции между ними. Что касается «Восточного Экспресса», то эта платформа — не для нас».

«Сатурн-ТВ», Самарская область: «За «НТВ-Плюс» платят те, кому нужны спортивные каналы. Во время их новогодней акции (6000) спрос взлетел очень сильно. Потом — как отрезало. «Радуга» идет стабильно, без скачков и падений. Оборудование — надежное, пакеты каналов — интересные. Кого абонентская плата не отталкивает — ставят «Радугу». «Континент» привлекает пакетом HD и небольшой платой. Единственный сдер-

Рис. 5. Спрос на спутниковое телевидение у сельского и городского населения по мнению установщиков Приволжского ФО (в процентах от общего числа ответов, полученных на данный вопрос)



живающий фактор — это HD-ресиверы. Хотелось бы надежней технику. «Актив ТВ» мало пользуется спросом. Даже при наличии демо-комплекта многих пугает сложность в управлении. Проект интересный, но почему-то все «навороты» и отталкивают клиентов».

Около трети установщиков отметили, что на территории их работы присутствуют национальные диаспоры, которые потенциально могут оказывать влияние на спрос на спутниковые платформы. По их мнению, наблюдается постоянный спрос на пакеты, содержащие армянские, турецкие и азербайджанские каналы на родном языке.

ООО «Спутник+», Республика Татарстан: «Татары, естественно, выбирают спутниковое телевидение, в котором присутствует канал ТНВ; башкиры составляют большую долю населения и смотрят канал БСТ. Также азербайджанцы, армяне и грузины очень часто приходят за своими комплектами».

ООО «Амкарбытсервис», Пермский край: «В сельской местности очень востребованы каналы на татарском языке. Да и в городе многие не хотят платить за кабельное телевидение ради одного канала на родном языке, ставят спутник. Для азербайджанской диаспоры предлагаем 10 каналов с 42-го градуса на антенну 1,2 м. Таджики смотрят 4 открытых канала с 75-го градуса («Радуга ТВ» для них — дорогое удовольствие). Армянам предлагаем 6 каналов с 13-го градуса на антенну 0,9 м. Граждане Сербии и Черногории смотрят Total TV на антенну 1,2 м».

### Конкуренты спутникового телевидения

Вполне ожидаемо, что в Приволжском ФО спутниковое телевидение наиболее популярно у сельского населения. Однако из-за плохого состояния кабельных сетей, нерентабельности разворачивания КТВ в малоэтажных (2-3-этажных) домах в районных центрах и в силу иных причин городские жители также интересуются спутниковыми платформами.

Основными конкурентами спутникового телевидения, как и в других федеральных округах, являются кабельное и цифровое эфирное телевидение.

По мнению установщиков спутниковых антенн, кабельные операторы имеют значительную долю рынка платного телевидения, но только в крупных городах. При этом далеко не все население, проживающее на территории охвата сетей, пользуется услугами КТВ. Некоторые по различным причинам, предпочитают спутник. Процент спутниковых установок в регионах отличается, но в отдельных регионах он достаточно высок (с точки зрения спроса на спутник). К примеру, на юго-востоке Республики Татарстан (нефтяной регион с более высоким средним доходом) он достигает 30 процентов городского населения. О том же соотношении кабельных и спутниковых подключений в городе сообщают самарские установщики.

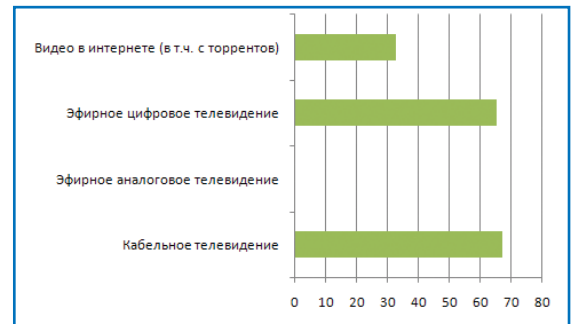


Рис. 6. Конкуренты спутникового телевидения по мнению установщиков Приволжского ФО (в процентах от общего количества ответов, полученных на данный вопрос)

ИП Рогов В.В., Нижегородская область: «Кабельные сети имеются только в городе, в многоэтажках. Их популярность падает, так как в предложенных пакетах мало рейтинговых каналов, при этом установлена достаточно высокая абонентская плата и наблюдается плохое качество».

ИП Ширенин К.В., Нижегородская область: «Во всех поселках городского типа есть кабельное телевидение. 90 процентов населения пользуется именно кабельным».

«Мир Антенн Пермь», Пермский край: «Кабельные сети есть, но в основном, как и везде, только в крупных городах и поселках. Кабельные сети популярнее спутниковых, если в доме присутствуют два и более телевизионных приемника».

Наш опрос показал, что не только по итогам, но и в преддверии ввода в эксплуатацию передатчиков эфирного цифрового телевидения спрос на спутниковые платформы в Приволжском ФО снижается. В первую очередь, жители ожидают, что уже в ближайшее время смогут принимать большое количество каналов совершенно бесплатно. Более 60 процентов установщиков, ответивших на вопрос об изменении спроса в связи с введением DVB-T2, отмечают эту тенденцию. Ожидать подобного влияния от аналогового телевидения было невозможно, так как в подавляющем большинстве районов, где работают опрошенные установщики, с эфира можно принимать не более 5-8 каналов не всегда стабильного качества. Во многих районах системы коллективного приема, позволившие бы принимать сигнал с меньшими потерями, давно уничтожены. Так что в качестве альтернативы «самопальным» антеннам люди естественным образом выбирают спутниковое телевидение, даже на селе.

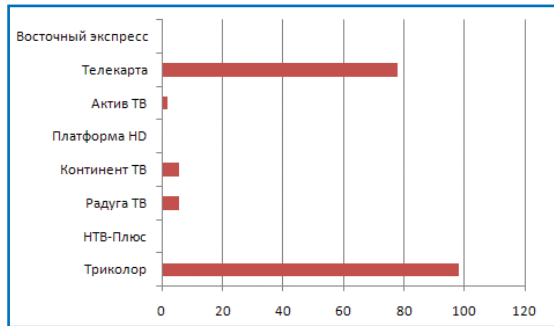
### Предпочтения сельского населения

В Приволжском ФО наблюдается существенное расслоение населения по доходам. Работающие на севере или на промышленных предприятиях могут позволить себе достаточно свободную трату денег; у тех же, кто работает в поле, доход намного меньше среднероссийских зарплат. В таких условиях сельское население интересуется не только платными платформами, но и бесплатными спутниками.

ООО «Экран Сервис», Республика Башкортостан: «Сельское население отчаянно копит «на Ямал», редкие представители других спутниковых операторов украшают село тарелками меньшего диаметра. На них копят, как в 60-е на холодильник».

Фактически, как и в других федеральных округах, у сельского населения в регионах Приволжского ФО просто

Рис. 7. Популярность платформ у сельского населения по мнению установщиков Приволжского ФО (в процентах от количества ответов, полученных на данный вопрос)



нет выбора. Крупные кабельные сети с большим количеством каналов в глубинку не идут, а каналы в аналоговом эфире можно пересчитать по пальцам одной руки.

Игорь Шкляев, Республика Удмуртия: «Ввиду отсутствия кабельного и нормального эфирного телевидения (на момент сбора информации для данного материала — прим. ред.), конечно, популярность спутника у сельского населения гораздо выше. Кабельных сетей в селе нет. Как-то разговаривали с городскими «сетевиками». Они даже не собираются на село, невыгодно. В городе бросят кабель даже к пятиэтажному дому, сколько квартир сразу запитают. А здесь надо к каждому дому вести, подключаешь всего одного абонента».

По мнению опрошенных установщиков, не имея большого выбора, сельский житель оказывается менее требователен к качеству услуги и количеству каналов.

ООО «Эстел», Самарская область: «По большому счету, сельскому жителю в основной массе не нужны экзотические каналы, которые они не понимают. Им важны надежность работы и размер антенны. Чем меньше — тем проще разместить, так как очень многие устанавливают приемное оборудование самостоятельно. Ввиду удаленности проживания монтажный ценник многих отпугивает (из-за стоимости поездки установщика в удаленные населенные пункты — прим. ред.)».

По данным наших респондентов, небольшой сегмент покупателей с самыми низкими доходами выбирает «Телекарту». У тех, у кого доходы выше, огромной популярностью пользуется «Триколор». Но выбор между более дорогими платформами (по сравнению с «Телекартой», то есть, в том числе, и «Триколором») определяется уже не уровнем доходов абонента, а его личными качествами, уровнем образованности, верой в рекламу или способностью самостоятельно разобраться в существующих предложениях. В отдельных республиках существенную роль играет наличие в пакетах национальных каналов.

ИП Сыромятникова, Пермский край: «Более 90 процентов сельского населения ориентированы на «Триколор». Если уровень дохода не позволяет приобрести оборудование за полную стоимость, на помощь приходят кредит и рассрочка».

ООО «К-Сервис» (satbase.ru), г. Киров (территория работы — весь Приволжский ФО, а также часть Северо-Западного ФО): «В сельской местности очень популярен «Триколор». Связано это даже не с уровнем дохода, а с широкой рекламной кампанией платформы. На втором месте находится «Телекарта» как самый бюджетный проект в спутниковом телевидении».

Со временем установщики отмечают у сельского населения появление интереса к тематическим, а не только основным федеральным каналам. Грубо говоря, появляется спрос не только на количество, но и на содержание. Находятся отдельные желающие подключиться

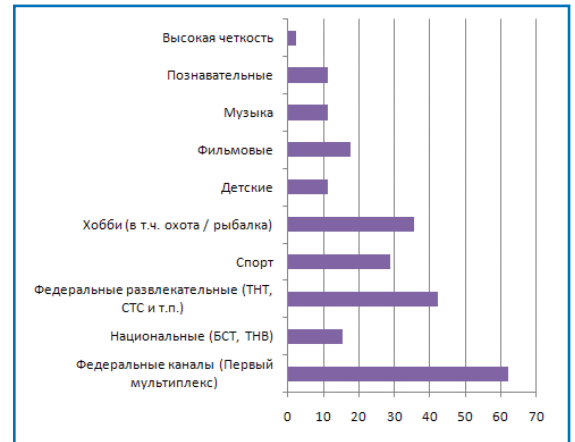


Рис. 8. Драйверы спроса на спутниковое телевидение у сельского населения (по мнению установщиков Приволжского ФО в процентах от количества ответов, полученных на данный вопрос).

к пакетам высокой четкости. Не последнюю роль в этом процессе, по мнению наших респондентов, сыграла платформа «Триколор».

ООО «Эстел», Самарская область: «С появлением «Триколора» сельское население впервые увидело массу каналов во всем разнообразии и почувствовало, что в принципе им это по карману».

Основным драйвером для подключения сельского населения к спутниковым платформам, как и в других федеральных округах, являются основные общероссийские каналы, входящие в первый мультиплекс. На втором месте — развлекательные ТНТ и СТС, следом — каналы про охоту и рыбалку, а также загородную жизнь. В отличие от описанного в прошлом номере Сибирского федерального округа ни один из установщиков не назвал в качестве драйвера эротические каналы (телеканал «Мужской» к таковым не относится).

### Предпочтения городского населения

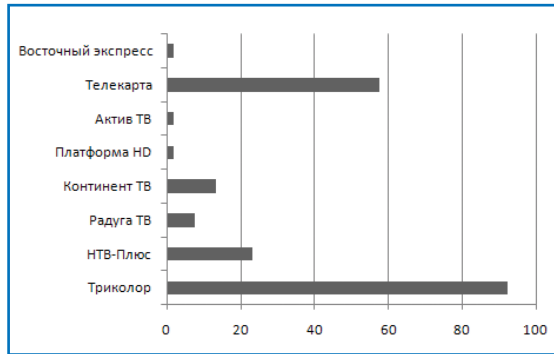
Чуть менее 40 процентов установщиков, ответивших на наши вопросы, работают на территориях, где преобладает городское население. В среднем, оно в Приволжском ФО имеет большие доходы, чем сельское, но, по мнению установщиков, их спрос в массе все равно нацелен на две наиболее бюджетные платформы: «Триколор» и «Телекарту». Этот результат несколько расходится с предположением о том, что в городе население обращается к спутнику, если ему нужны специфические спортивные каналы или пакет высокой четкости.

ИП Сыромятникова, Пермский край: «95 процентов продаваемого спутникового оборудования приходится на «Триколор». Человек стремится иметь максимум за приемлемые деньги, и «Триколор» стал самым оптимальным предложением».

Многие респонденты сообщают о том, что на спрос городских жителей, как и в селе, значительно влияет так называемое «сарафанное радио» и стереотипы: о чем люди чаще всего слышат, то и устанавливают.

ООО «Технолига», Республика Татарстан: «Спрос всегда высок на «Триколор» просто потому, что другого не знают. Вернее, знают, что «НТВ-Плюс» — это дорого, а «Триколор» — заплатил и забыл. Но после беседы с менеджерами по продажам часто готовы купить «Континент ТВ» или «Актив-ТВ». В последнее время растет спрос на «Телекарту».

Рис. 9. Популярность платформ у городского населения по мнению установщиков Приволжского ФО (в процентах от количества ответов, полученных на данный вопрос).



Лишь на втором месте среди факторов, влияющих на выбор, находятся цена оборудования и абонентская плата выбранного пакета каналов. Также нельзя не отметить спрос на каналы с бесплатных спутников со стороны национальных диаспор, упомянутый выше.

Большинство опрошенных установщиков высказываются о том, что состоятельные горожане, конечно, выбирают более дорогой контент, хотя в частном секторе (коттеджах) «Триколор» и «Телекарта» все равно пользуются спросом в качестве источника сигнала для второго, третьего и последующих экранов.

ИП Рогов В.В., Нижегородская область: «Спрос на спутниковые платформы у городских жителей в значительной степени зависит от дохода. Те, у кого он выше, начали проявлять интерес к «Актив ТВ».

ООО «К-Сервис» (satbase.ru), г. Киров (территория работы — весь Приволжский ФО, а также часть Северо-Западного ФО): «Жители с более высоким уровнем дохода предпочитают «НТВ-Плюс» в связи с высокой наполняемостью интересным контентом и наличием возможности платить высокую абонентскую плату».

Премиальные пакеты выбирают для себя и некоторые небогатые горожане. Но для многих из них (хотя и не для всех) достойной альтернативой спутниковому телевидению стало получение сигнала по кабелю. Единицы компаний сообщают о том, что разъяснения относительно сигнала высокой четкости до сих пор не имеют воздействия на клиентов. Грамотность населения в этом вопросе, хоть и медленно, но повышается. Изменяется и тематика каналов, ради которых люди выбирают спутниковое телевидение. С федеральных каналов интерес постепенно смещается в сторону качественных тематических, а в некоторых случаях — и каналов высокой четкости. Отдельные установщики отмечают готовность рынка к принятию услуги спутникового интернета.

ООО «К-Сервис» (satbase.ru), г. Киров (территория работы — весь Приволжский ФО, а также часть Северо-Западного ФО): «Драйвером развития всего телевидения, в том числе и спутникового, являются на сегодняшний день каналы высокой четкости. Те операторы, которые предложат лучший контент HD, будут более востребованы. Также в ближайшее время будет более востребован тот проект, который предоставит пользователям широкополосный интернет на спутниковом телевидении — вот один из главных драйверов».

Среди каналов, ради которых городские жители подключаются к спутниковому телевидению, установщики выделяют спортивные, а также общероссийские каналы (как входящие в первый мультиплекс, так и претендующие на позиции в следующих бесплатных пакетах). Как оказалось, большое значение для горожан также имеют специализированные каналы по охоте и рыбалке.

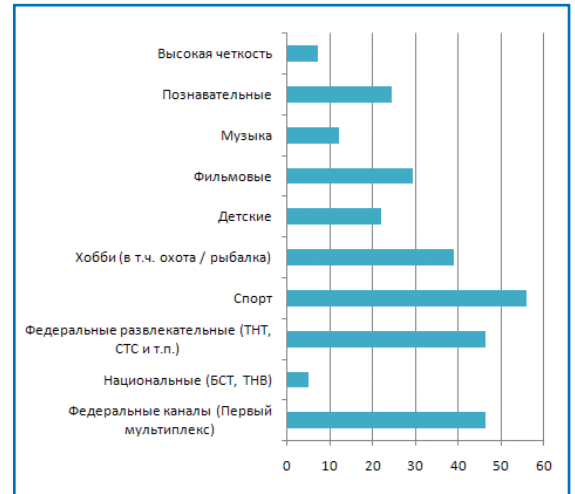


Рис. 10. Драйверы спроса на спутниковое телевидение у городского населения (по мнению установщиков Приволжского ФО; в процентах от количества ответов, полученных на данный вопрос).

### Сезонные колебания спроса

Более 60 процентов респондентов из Приволжского ФО работают на территориях, где преобладает сельское население (хотя в целом большинство жителей округа живет в городах). Как и в других ФО, установщики Приволжья говорят о значительных сезонных колебаниях спроса на установку спутникового телевидения. Максимумы спроса наблюдаются в предновогодний период, когда люди думают, что подарить семье, а также во время дачного сезона. Наименьшее число заказов установщики получают в период с февраля по апрель, а также во время сбора урожая и подготовки к школе (август–сентябрь).

ИП Попов А.В., Ульяновская область: «Сезонные колебания, конечно же, присутствуют. Максимум спроса — это начало дачного сезона, ноябрь, декабрь, январь; люди приезжают с вахт, продается выращенный урожай и т.д. Установки идут, пока в сельской местности есть деньги».

ИП Жулидин Е.М., Саратовская область: «К лету спрос падает очень сильно по сравнению с зимой — почти в два раза».

Можно также наблюдать и неперiodические колебания спроса, связанные с крупными спортивными мероприятиями, политическими или экономическими событиями.

ИП Ахметзянов Р.И., Республика Татарстан: «Спрос, в зависимости от сезона, колеблется очень сильно, в 3-5 раз. Пики наблюдаются под Новый год, перед Олимпиадой или спортивными событиями. На снижение спроса сильно влияет кризис или слухи о нем».

По сравнению с рассмотренными ранее федеральными округами Приволжье имеет достаточно широкий национальный состав, что не могло не сказаться на общем положении спутникового телевидения. Однако опрос показал, что влияние этого фактора оказалось не столь существенным, как можно было бы предполагать. Национальные каналы не являются определяющими предпочтения населения. В целом, тенденции Приволжского ФО повторяют ситуацию в других областях России. Небольшая временная удаленность относительно Москвы (по сравнению, например, с Сибирским федеральным округом) делает проблему вещания в нужном часовом поясе не столь актуальной. ■