

Екатерина Баранова

Цифра в кабеле по-казански

«Если не брать в расчет Москву и Санкт-Петербург, Татарстан на сегодняшний день является наиболее развитым телекоммуникационным центром России. Вряд ли можно найти еще один регион с подобной насыщенностью рынка операторами кабельного телевидения и интернета», — Александр Владимирович Войт.

Рассказ о российских операторах кабельного телевидения хотелось бы продолжить историей одной из старейших компаний на телекоммуникационном рынке Татарстана ОАО «ТРК "ТВТ"». На сегодняшний день на территории 15 городов республики компания обслуживает антенное хозяйство, предоставляет абонентам аналоговое и цифровое кабельное телевидение, а также доступ в интернет и телефонию. Центральный офис ТВТ находится в Казани. Здесь с нами любезно согласился побеседовать руководитель службы маркетинга ОАО «ТРК "ТВТ"» А. Войт.

Цифра в кабеле по методу ТВТ

На сегодняшний день уже мало кого можно удивить комплексом услуг аналогового кабельного телевидения. Этот «продукт» знаком потребителю в течение многих лет и успешно продается компаниями-операторами по всей стране. Гораздо сложнее дело обстоит с цифрой в кабеле. В отличие от многих коллег, сети которых находятся на территории нашей страны, ОАО «ТРК "ТВТ"» успешно продает свои цифровые пакеты.

Цифровое телевидение начало развиваться в ОАО «Телерадиокомпания "ТВТ"» еще в 2003 году. Ранее (Т/С № 7, 2004) мы уже писали о цифровом телевидении, внедренном в кабельную сеть компании. «Та версия цифрового телевидения была пробой. В 2003 году на просторах СНГ, пожалуй, можно было найти лишь первые ростки цифрового кабельного телевидения. Высокотехнологичные специалисты по кабельным сетям впервые сталкивались с цифровыми технологиями, то есть, так или иначе, приходилось учиться заново. Но мало было запустить цифру в кабель. Существовала необходимость внедрить систему условного доступа, с которой оборудование разных производителей работает по-разному. Фактически все операторы, которые в то время запускали цифровое телевидение в своих сетях, были если не альфа, то бета-тестерами», — вспоминает А. Войт.

На тот момент цифровое телевидение было запущено на абонентском оборудовании Scientific Atlanta с применением системы кодирования Power Key. Но на достигнутых высотах останавливаться было нельзя.

К 2008 году цифровое телевидение «старого образца» существовало уже около пяти лет. Сеть запускалась в момент работы компании в трех основных городах Татарстана: Казани, Набережных Челнах и Альметьевске. Позже (в 2006 году) в состав ОАО «ТРК "ТВТ"» вошла сеть ОАО «Радиотелесет», расширившая ее присутствие еще на 12 городов; пришла пора модернизации использовавшейся системы.

«К этому моменту уже можно было говорить о том, что мы знаем, как «делать» цифровое телевидение. Или, по крайней мере, представляем, чего ждет от нас цифровой абонент. Компания научилась продавать и обслуживать цифру, доносить абонентам ее преимущества», — рассказывает А. Войт.

Не позволяла откладывать в «долгий ящик» вопрос обновления сети и ситуация с конкуренцией. Среди наиболее весомых конкурентов ОАО «ТРК "ТВТ"» на рынке, в том числе



кабельного телевидения Татарстана, можно указать «Таттелеком», «ЭР-Телеком» и «Телесет», локальную Приволжскую компанию, работающую в Татарстане и Ульяновской области, в 2010 году присоединенную к группе компаний «Связьинвеста», а с 2009 года — и «Билайн». «Ситуация с конкуренцией сложнее всего именно в Татарстане. Из крупных операторов мы дольше всего работаем на этом рынке. Из всех представленных конкурентов только мы, «Таттелеком» и «Телесет» начинали именно здесь. Мы фактически формировали этот рынок. Мы знаем изюминки Татарстана и особенности мировосприятия живущих здесь людей, так что чувствуем себя спокойно. Мы понимаем, что делать и чего ждут от нас люди», — А. Войт. «Наша задача — действительно стараться быть лучшими. Это не самоцель, а основной принцип выживания. Ведь мы работаем в такой среде, где рядом с нами не то что акулы, а киты-убийцы. Иначе нельзя. В свое время введение цифры было способом борьбы с пиратскими подключениями, задолженностью, а также основным способом увеличения ARPU с одного абонента. Параллельно, естественно, — улучшение качества сигнала, звука и возможность введения дополнительных услуг и мгновенного изменения перечня доступных каналов. Но если мы будем останавливаться на этом, то проиграем всем остальным».

Таким образом, в 2008 году был предпринят масштабный проект обновления цифрового телевидения ОАО «ТРК "ТВТ"», в рамках которого была запущена современная сеть на базе системы кодирования Irdeto. Естественно, при замене системы пришлось заменить и абонентское оборудование. Чтобы не потерять клиентов, была объявлена программа по бесплатной замене приставок. Этой услугой воспользовались порядка 4 тысяч абонентов.

На сегодняшний день работоспособность системы цифрового телевидения обеспечивают две головные станции, расположенные в Казани. Одна поддерживает «старую» версию цифрового телевидения с кодировкой Power Key. Сформированный с ее помощью пакет поступает по оптическим линиям в два небольших города на территории Татарстана, где на данный момент было решено оставить

старую систему кодирования. В ближайших планах (до 2015 года) переводить эти города на кодировку Irdeto не планируется.

«На основе существующего оборудования и потребностей абонентов в этих двух городах мы посчитали возможным принять такое решение. Замена оборудования требует денег и изменений в головной станции. Конечно, это нужно, но сроки мы указывать пока не хотим; проект реализован и на сегодняшний день нормально работает. Если потребности рынка резко вырастут и у нас вдруг не хватит запасенного абонентского оборудования, то придется ускорить процесс перевода на Irdeto», — поясняет А. Войт.

Новая головная станция, установленная в рамках программы обновления, формирует пакет цифровых каналов Irdeto и отправляет его по собственной оптической сети ОАО «ТРК "ТВТ"» (которая в сумме в Татарстане насчитывает порядка 2,2 тысяч километров) в 11 городов. В каждом городе установлены собственные головные станции аналогового телевидения, в кабеле выделены свои частоты для вещания цифра.

Состояние услуги на сегодняшний день

«Цифровое телевидение в Татарстане в первую и главную очередь ассоциируется с телерадиокомпанией «ТВТ». Мы постарались для этого все сделать. Любому пришедшему конкуренту теперь придется из кожи вылезти, чтобы доказать и показать, что он лучше», — А. Войт.

В общей сложности, сегодня сеть ОАО «ТРК "ТВТ"» охватывает 15 городов Татарстана. Цифровое телевидение представлено в 12. Ведется масштабная работа по переводу «аналоговых» абонентов на цифру, а также по подключению к цифровому телевидению тех, у кого до сих пор не было никакого варианта кабельного телевидения (тех, кто пользуется для просмотра телепрограмм домовой или коллективной антеннами).

В отличие от многих коллег, цифровые пакеты рассматриваются в ОАО «ТРК "ТВТ"» не как «дополнительная опция» к базовой услуге аналогового кабельного телевидения, а как полноценный, самостоятельный продукт. Более того, компания всеми силами пытается произвести аналогичное впечатление и на абонентов. «Мы должны создать у нашего абонента потребность цифрового телевидения не путем навязывания. Это ближе к 2015 году оставшаяся часть населения будет, так или иначе, подвержена «насильственному» подключению к цифре. Но сейчас нам необходимо «привить» у абонента желание быть актуальным и современным, что подразумевает подключение к ЦТВ. Если на данном этапе что-то навязывать, насильственно переключать, например, с антенны; если через месяц абонент не найдет возможности или повода отказаться от наших услуг, то уж точно затаит злобу. Это уже показал опыт других компаний», — А. Войт.

Всего по телевидению услугами ОАО «ТРК "ТВТ"» по республике Татарстан пользуются около 505 тысяч абонентов (включая аналоговое и цифровое кабельное телевидение, а также коллективную антенну). Из них 25 тысяч — абоненты цифрового телевидения.

«Быстрое развитие цифрового телевидения началось после его обновления, то есть фактически полтора года назад. За это время число наших клиентов выросло с 7 до 25 тысяч. Это в среднем почти 900 абонентов ежемесячно», — А. Войт.

Цифра предоставляется абонентам в виде двух пакетов различного наполнения: основного и расширенного. Основной цифровой пакет ОАО «ТРК "ТВТ"» состоит из 60 каналов и обходится абоненту в 170 рублей в месяц; расширенный, помимо тех же 60, включает 20 дополнительных каналов и стоит 350 рублей в месяц. Кроме того, доступны премиальные и тематические цифровые пакеты со специализированными познавательными (7 каналов за 150 рублей в месяц), детскими (4 канала за 100 рублей в месяц), женскими каналами (3 канала за 100 рублей в месяц), а также каналами развлекательной направленности (7 каналов за 100 рублей в месяц), с фильмами («Киноман» из 10 каналов

за 150 рублей в месяц), спортивными трансляциями («Спорт», включающий 5 телеканалов за 150 рублей в месяц) и программами для взрослых (4 телеканала за 300 рублей в месяц). Цены и состав пакетов указаны по состоянию на момент написания данного материала.

Как было отмечено выше, цифровые пакеты формируются в Казани для всех охваченных городов, соответственно, и цена услуг везде одинакова. Что касается аналоговых пакетов: в каждом городе присутствуют свои, но везде сохраняется общая идеология выгоды для абонента при подключении именно к цифре. К примеру, в Казани пакет из 48 аналоговых каналов стоит 200 рублей, в Набережных Челнах те же 200 рублей стоят 60 аналоговых каналов, а цифровой пакет в обоих городах включает минимум 60 каналов и обойдется всего в 170 рублей.

В двух городах, где сеть до сих пор реализована на кодировке Power Key, ситуация для абонента чуть менее выгодная. Основной пакет за 170 рублей в месяц включает в себя 22 канала, дополнительно можно подключить пакеты из 8 и 20 тематических каналов (за 100 и 200 рублей в месяц соответственно), а также отдельный пакет «для взрослых» (3 телеканала за 300 рублей в месяц). Там же транслируются пакеты «НТВ-Плюс».

Абонентские устройства

«Развитие цифрового телевидения проходило на наших глазах. Внедряя цифру в начале 2000-х, все операторы фактически рассказывали производителю, где и что не работает. Где-то они придумывали, где-то дорабатывали пользовательский интерфейс и исследовали взаимодействие отдельных вариантов оборудования с различными системами кодирования. Мы активно поучаствовали в этом процессе», — вспоминает А. Войт.

Не будем подробно останавливаться на оборудовании Scientific Atlanta, которое использовалось, когда сеть была построена на

реклама

Made in Germany

POLYTRON

Официальный дистрибьютор в России и странах СНГ



Оборудование и проектирование

- Головные станции
- Усилители
- МС-фильтры

Выставка **CSTB '2011**
Стенд №416

Россия	Москва	СНГ
тел.: (903) 966-69-66 тел.: (903) 966-69-29 dmarket @ pole-s.ru www.pole-s.ru	тел.: (495) 727-00-02 moscow @ polytron-tv.ru	тел.: (8622) 644-271 тел.: (8622) 644-578 mail @ polytron-tv.ru www.polytron-tv.ru

Сертификат миксавы МРС-1-01-0295



кодировке Power Key. Отметим лишь, что это была простейшая модель, предлагавшаяся абоненту за 3,5 тыс. рублей. В большинстве своем эти приставки были сданы абонентами по программе обновления оборудования. Впоследствии они распространялись в двух городах — Джалиль и Азнакаево, где до сих пор существует цифровое телевидение Power Key. Там они достались абонентам практически бесплатно (за условную сумму).

В городах, где транслируются цифровые пакеты с кодировкой Irdeto, с начала запуска «новой цифры» распространялись декодеры Globo 5100. По мнению кабельного оператора, соотношение цены и качества этих приставок было оптимальным.

«Конечно, когда мы только начинали работать с производителем приставок, были и претензии. При начале работы любого поставщика с любым кабельным оператором на некой новой системе основного доступа вопрос стоит не в том, будут ли замечания и просьбы о доработках, а в том, как быстро он на запросы последнего отреагирует. Наша оценка работы с Globo — твердая четверка. Более высокую мы не даем скорее из-за класса оборудования, а вовсе не из претензий к производителю. Нашей целью было внедрение бюджетного проекта цифрового телевидения, но без ущерба для качества. Этой задаче выбранное оборудование полностью соответствовало», — отмечает А. Войт.

С осени 2010 года началась реализация HD-декодеров KAON, а с декабря — SD-декодеров Motorola.

В будущем планируется распространение декодеров с обратным каналом, особенно в городах, где есть подключение интернет-абонентов по сети Ethernet. Далее это позволит развивать абонентские услуги в рамках концепции платного телевидения, предоставляя видео по запросу, домашний кинотеатр и т.п. Однако для внедрения этих услуг потребуется модернизация оптической сети компании. Сейчас далеко не все сегменты могут выдержать такие нагрузки, соответственно, подобными сервисами может быть обеспечена лишь группа абонентов. Кроме того, рассматривается возможность внедрения технологий измерения аудитории.

«Помимо всего прочего, обратный канал позволит нам достаточно жестко разговаривать с представителями каналов. Ведь мы сможем оперировать реальными цифрами, отражающими их популярность, не давая собой манипулировать. Цифровое телевидение — все-таки массовая услуга, поэтому узкоспециализированным каналам либо придется менять ценовую политику, либо уходить с рынка», — А. Войт.

В качестве оборудования с обратным каналом тестировались разные декодеры, в том числе Huawei, но на данный момент компания остановилась на устройствах Himax.

Помимо полноценных приставок, уже сегодня реализуются САМ-модули израильского производства.

А. Войт: «На данный момент САМ-модули менее популярны, чем хотелось бы. Всего их было продано порядка 700 штук, причем покупались они как дополнительное оборудование. Но в ближайшее время мы предполагаем всплеск продаж

САМ-модулей благодаря программам, направленным на развитие пакета каналов в формате HD. Мы ожидаем как минимум двукратного увеличения продаж в течение первых трех месяцев. Что касается отдаленного будущего, то оно именно за САМ-модулями, так как это удобнее и «бюджетнее».

Практика продажи цифры в кабеле

Выше было упомянуто, что ОАО «ТРК "ТВТ"» может похвастаться достаточно высоким процентом проникновения цифрового телевидения в своей сети. При общем количестве абонентов порядка 500 тысяч (из них около 340 тысяч — абоненты КТВ) к цифре подключены порядка 4,6% (6,7%, если считать только абонентов КТВ).

Одно из традиционных препятствий для распространения цифрового телевидения (не имеет значения, в кабеле или в эфире) — необходимость подключения некоего дополнительного оборудования, имеющего собственный интерфейс и пульт управления. Абоненту может быть тяжело, некомфортно или непривычно осваивать новое домашнее устройство. Поэтому, «продавая» свое телевидение, ОАО «ТРК "ТВТ"» сосредотачивает внимание не на преимуществах отдельных каналов в цифровом пакете, а на создании у абонента правильной практики потребления цифрового телевидения. Преимущества телеканалов, безусловно, также подчеркиваются рекламной кампанией, но не несут на себе основной смысловой нагрузки.

А. Войт: «К сожалению, традиционная политика большинства кабельных операторов по продаже цифрового телевидения состоит в предложении цифрового пакета в качестве дополнения к базовому аналоговому. Только в том случае, если нужен Discovery, Eurosport или еще какой-то канал, которого нет в аналоге, но есть в цифре, абонент тянется за вторым пультом, включая приставку и начинает смотреть. Но наша задача заключается в том, чтобы приучить абонента в основном пользоваться пультом от приставки, а пульт от ТВ использовать только для включения и выключения экрана телевизора; возможно, еще для регулировки звука. Все остальные переключения — только с помощью приставки. Объясняется это просто: примерно 60-65% времени человек проводит перед телевизором за просмотром привычных эфирных каналов. За оставшееся время потребности в ЦТВ у него не формируется. Появляется вопрос: «А зачем оно мне? Я все равно смотрю «Первый канал»; я плачу деньги непонятно за что». В итоге абонент возвращается на аналог».

Возражая многим операторам, которые размещают телеканалы либо в аналоговом, либо в цифровом пакете, не дублируя предложение, компания «ТРК "ТВТ"» сформировала полностью «самодостаточный» цифровой пакет. При этом активной разъяснительной работы как таковой не проводится. С целью демонстрации возможностей цифрового телевидения в каждом абонентском отделе размещена плазменная панель, где транслируются каналы из сети оператора.

«Большинство приобретаемых последние три года телевизоров имеют диагональ от 28 дюймов и более. Аналоговое телевидение не может обеспечить их качеством. Когда абоненты приходят в абонентские отделы, они волей-неволей сталкиваются с нашей цифрой. Не факт, что это должны быть каналы HD. Человек сам делает выбор в пользу тех возможностей, которых просто не существует в аналоговом телевидении», — А. Войт.

Естественно, проводятся различные маркетинговые акции, направленные на то, чтобы у пользователя была возможность познакомиться с предложениями «ТРК "ТВТ"». Они направлены как на подключение новых абонентов, так и на мотивацию действующих клиентов к расширению набора подключенных услуг.

А. Войт: «Мы на практике видим такую ситуацию: если человеку дать возможность изначально смотреть как можно больше, у него наступает период достаточно серьезного привыкания. Мотивировать абонента расширить пакет, дав ему минимум в самом начале, почти нельзя. Дополнительные каналы в течение первого года пользования телевидением подключают себе не более 20% тех,

кто изначально имел лишь базовый пакет. Но если человеку при подключении дать самый большой пакет, а в конце периода «акционного» просмотра его закрыть, до 75% клиентов приходят и просят дополнительных услуг».

Так, на момент написания данного материала в компании проводилась акция по бесплатному просмотру каналов HD-качества. В течение года сеть «ТРК "ТВТ"» демонстрировала каналы «Первого ТВЧ» в формате высокой четкости. В ближайшее время к ним будет добавлен «Спорт 1»; одновременно с этим пакет предполагается закрыть.

Взгляд в будущее

В планах компании — развитие цифрового телевидения до 100 тысяч абонентов в течение ближайшего года. Оператор «ТРК "ТВТ"» технически готов к такому наплыву подключений, к лавинообразному увеличению заказов на оборудование и росту нагрузки на сеть. Более того, у маркетингового отдела есть уверенность в том, что и рынок вполне в состоянии обеспечить компанию таким количеством подключений. Однако нельзя прогнозировать, что процесс пройдет абсолютно гладко.

То, что существенно мешает распространению цифрового телевидения на территории Татарстана, и, в принципе, с этим сталкиваются многие операторы по России — сложности с продажей оборудования через крупные сети магазинов. Учитывая высокую текучку кадров среди продавцов таких магазинов, очень сложно обеспечить им должный уровень знаний по отличию цифрового телевидения от аналогового, различию стандартов и т.п. А ведь это могло бы помочь продавать дорогие «плазмы», уже имеющие возможность приема того или иного варианта цифрового телевидения.

А. Войт: «Я уверен, что ни один из наших коллег в других городах России не взял бы ни копейки с крупных розничных сетей за краткий курс обучения продавцов. Но мы не видим желания проводить такие курсы ни у региональных руководителей сетей, ни у самих продавцов. В результате цифровое телевидение продают люди, которые ничего в нем не понимают. Их задача — продать. А сказки покупателям отражаются на нашем абонентском отделе.

Вынужден констатировать, что российский рынок телекоммуникаций в целом и цифрового телевидения в частности — достаточно ущербный. До сих пор к телевидению относятся как к некоей социальной услуге; значит, оно должно быть бесплатным. В конце 1980-х появилась реклама, пробудив неприятие у зрителей, почему он должен ее потреблять? Аналогична ситуация и с платным телевидением у кабельного оператора. Почему абонент должен за него платить? Я понимаю идею правительства, выделившего один бесплатный мультиплекс, приравнявший пользователей эфирного и кабельного телевидения. Но здесь есть один нюанс: если первый мультиплекс субсидируется за счет государства, то по-хорошему оно должно компенсировать и кабельщику затраты на его распространение. В эфире ведь субсидирует. Это можно рассматривать как социальную нагрузку на оператора, но тогда почему бы им не позволить нам бесплатно рекламировать свои услуги на бесплатных федеральных ТВ-каналах, компенсируя собственные затраты? Или вообще не отказываться от рекламы, чтобы мы видели их некоммерческую направленность».

Что касается внедрения новых технологий, то к ним ОВО «ТРК "ТВТ"» относится пока с осторожностью. О трехмерном или мобильном телевидении специалисты компании даже не задумываются: «Бурное развитие телевизионного рынка мне напоминает рост ипотечного кредитования. Сейчас намечаются три основные тенденции: мобильное и трехмерное телевидение, а также видео по запросу. Представьте, что вы можете на своем КПК в любом месте посмотреть трехмерное изображение. Вопрос цены и возможного числа абонентов. Будет ли услуга востребована? Каков будет срок окупаемости вложенных инвестиций? Ведь вместо одной технологии внедрять придется сразу три. Так что оператору в любом случае придется от чего-то отказываться», — А. Войт. ■

The advertisement is set against a light green background. At the top, there is a logo consisting of a stylized '7' and 'A' in red and black, with 'TM' to its right. Below the logo, the text 'СЕДЬМАЯ СИСТЕМА' is written in a sans-serif font. The main headline is 'Вырасти свою телевизионную сеть' in a large, bold, green font. Below this, there is a large, detailed image of a mature, leafy tree with a thick trunk, set against a blue sky with light clouds. Underneath the tree, the text 'PBI и Teleview' is written in a bold, orange font. Below that, the text 'Оборудования для построения цифровых головных станций' is written in a bold, black font. At the bottom of the advertisement, there are two images of electronic equipment: a black device with 'PBI' on the front and a silver device. At the very bottom, the contact information is provided: 'г. Екатеринбург, ул. Посадская, 22 (343) 212-77-01, mail@7system.ru www.7system.ru'.