

Е. Баранова, А. Бителева, О. Жернакова, В. Колюбакин, Е. Шляхтер

Крупные сети КТВ. Тенденции

Одна из основных тенденций развития современного телекоммуникационного рынка — его укрупнение. Специалисты согласны, что все операторы данной отрасли повторяют путь мобильных. Сейчас на рынке мобильной связи России свои услуги предлагают всего около пяти крупных операторов. По количеству абонентов расти им больше некуда, и доходов оператора происходит за счет развития дополнительных сервисов. В этом же направлении двигаются и операторы платного ТВ вне зависимости от используемой ими технологии доставки сигнала.

Дмитрий Багдасарян, коммерческий директор «КОМСТАР-Регионы», одного из самых крупных операторов платного ТВ России, на конференции «Интерком 2010» привел впечатляющие данные по укрупнению:

- В августе 2009 года «КОМСТАР-ОТС» было создано ЗАО «КОМСТАР-Регионы» путем слияния семи крупнейших дочерних компаний, включая ЗАО «СТРИМ-ТВ»
- В конце 2009 года начался второй этап интеграции активов: «КОМСТАР-ОТС» приобрел 8 компаний кабельного ТВ у 100% дочерней компании JIR Broadcast Inc. Также были присоединены 18 компаний в 7 регионах России
- В феврале 2010-го оператор приобрел ООО «ТензорТелеком» (г. Ярославль, ЦФО)
- В марте 2010 года к ЗАО «КОМСТАР-Регионы» присоединены 13 компаний в 11 регионах России.
- В апреле к ЗАО «КОМСТАР-Регионы» присоединены 16 компаний связи в 7 регионах России
- В июне ЗАО оператор приобрел «Пенза-Телеком» (г. Пенза, Заречный, ПФО).
- В сентябре 2010-го ЗАО «КОМСТАР-Регионы» получил в управление ЗАО «Мультирегион»
- С 1 октября начался процесс присоединения еще 15 компаний

Итого — более 50 компаний были присоединены в рамках реорганизации за год.

С точки зрения Дмитрия Багдасаряна, мелкий оператор должен каждое утро просыпаться и думать, во-

первых, о развитии бизнеса, а во-вторых, о его продаже. Эти две мысли должны сосуществовать, потому что если, к примеру, просто готовить сеть к продаже, появляется повод максимально экономить и выжимать максимум из имеющейся абонентской базы и персонала компании, в результате чего бизнес начинает умирать.

По мнению крупных операторов, на рынке останутся только альтернативные мелкие операторы, хозяева которых твердо решили почему-то «не продаваться», и «карманные телекомы» — операторы, которых поддерживает местная власть.

Хорош или плох процесс укрупнения — не нам судить. Специалисты считают: рынок перестает быть рынком, когда продавцов на нем только пять, законы конкуренции работают тогда по-другому. Может быть, это так с точки зрения продавцов оборудования. Им в ответ тоже приходится укрупняться и предлагать максимально широкий спектр продуктов.

С точки же зрения конечных абонентов, понятно, что спектр предлагаемых услуг будет только расти.

Основной услугой и драйвером подключения к сети по-прежнему останется телевидение. По данным, которые привел Дмитрий Багдасарян, у операторов будет возможность увеличить доход от предоставления этой услуги.

Увеличению ARPU несколько мешает большое количество бесплатных эфирных каналов, существующих за счет рекламы. Оператор платного ТВ противопоставит бесплатному эфиру набор интересных нишевых каналов, возможность отложенного просмотра тех же эфирных каналов и стратегию продаж Try and Buy — когда абоненту дается возможность сначала попробовать услугу, а потом купить ее.

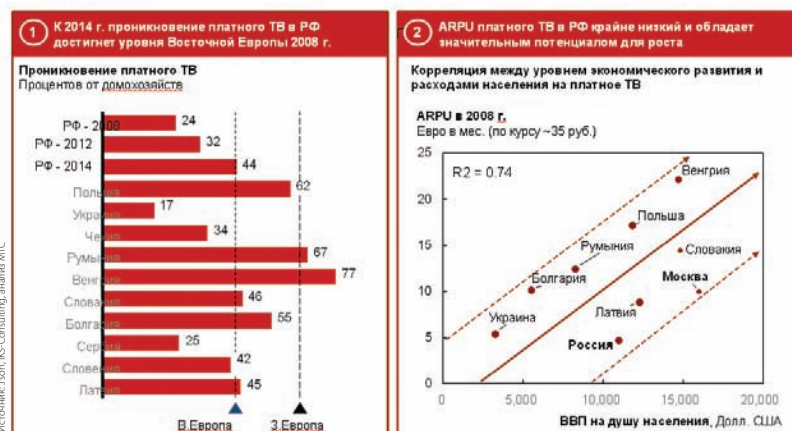
После телевидения обязательной услугой является предоставление широкополосного доступа в интернет. Затем идут услуги интернет-телефонии и интерактивного телевидения. Самые крупные операторы будут предлагать услуги мобильной связи и мобильного ШПД.

В перспективе основной задачей оператора будет правильное пакетирование всех этих разнообразных услуг и развитие отдела продаж для более эффективной работы с абонентом, то есть переход от конкуренции по тарифам к конкуренции по качеству, сервисам и доступности.

Некоторые крупные телекоммуникационные операторы, работающие на рынках крупных городов, начинают смотреть дальше. Они считают, что ни основные, ни дополнительные телевизионные и теле-



Потенциал платного ТВ



«КОМСТАР — Объединенные ТелеСистемы» — оператор интегрированных телекоммуникационных услуг в России и СНГ. Дочерняя компания ОАО «Мобильные ТелеСистемы».

В группу компаний «КОМСТАР-ОТС», работающую в шести федеральных округах, входят «Московская городская телефонная сеть» (МГТС), а также «КОМСТАР-Регионы», поставщик услуг кабельного ТВ и доступа в интернет в регионах России. С 2010 года эта группа предоставляет услуги под объединенным брендом МТС. Сегодня отделения группы «КОМСТАР» имеют около 2,7 млн абонентов платного ТВ, из них более 1,9 млн обслуживаются «КОМСТАР-Регионами» и около 675 тыс. абонентов — «Мультирегионом». А пользователей ШПД у этих подразделений, соответственно, 519 и 263 тыс.

Занимая сегодня лидирующие позиции в Москве, где «Комстар-ОТС» владеет крупной мультисервисной сетью (IPTV+ШПД), сегодня он планирует расширить свое присутствие на региональных рынках широкополосного доступа в интернет и кабельного ТВ. Экспансия будет осуществляться за счет формирования пакетных предложений. В пакет будут включены телефония, интернет (фиксированный и мобильный) и ТВ. Быстрого развития планируется достигнуть за счет синергии опыта «КОМСТАР» и финансовых и маркетинговых возможностей МТС.

Для «КОМСТАРА» первым подобным продуктом стало запущенное в августе предложение — «Домашний Интернет МТС СТРИМ 5 звезд». Под брендом МТС оно объединяет фиксированный интернет-доступ с кабельным телевидением и льготные цены на обе услуги на первые полгода.

На тариф «5 звезд» пришлось более 60% всех новых подключений «КОМСТАР» в России в сентябре-октябре 2010 года. В компании считают, что популярность продукта объясняется, в том числе, узнаваемостью и силой бренда МТС, а также активной маркетинговой политикой.

Еще один новый конвергентный проект, сейчас доступный в Санкт-Петербурге, Вологде и Новгороде — «3-в-1» (мобильный интернет, фиксированный интернет, ТВ). До конца года он будет запущен во всех регионах присутствия «КОМСТАР-Регионы».

коммуникационные услуги не способны принести им суперприбыли, и собираются продавать специализированные устройства для использования в своих сетях и программы-виджеты для работы на этих устройствах. Такой путь развития, например, сейчас рассматривает «Северо-Западный Телеком», и именно о такой стратегии развития — по модели iPhone — рассказывает статья компании Nagravision в этом номере журнала.

Однако для большинства операторов платного ТВ это пока очень далекие перспективы. В этом номере журнала мы решили подробнее поговорить с несколькими крупными операторами и расспросили их о ближайших планах и взгляде на существующее положение вещей.

Один из крупнейших кабельных операторов — «ЭР-Телеком»

Компания «ЭР-Телеком» — на сегодняшний день уже один из крупнейших операторов кабельного телевидения, интернета и телефонии России. Сеть компании продолжает развиваться, охватывая новые города. Штаб-квартира «ЭР-Телеком» расположена в Перми, действуют представительства еще в 26 городах.

Пара слов об истории...

Компания «ЭР-Телеком» была основана в 2001 году, а в 2003-м уже началось строительство своей первой сети по технологии «оптика до дома». С 2004 года из Перми оператор активно пошел в регионы. Первым городом, где «ЭР-Телеком» повторил свой пермский успех, стала Самара, далее один за другим началось покорение крупных городов России.

В 2006 году мы уже писали об «ЭР-Телеком» (Т/С 5, 2006). На тот момент сеть охватывала уже пять городов:

Пермь, Самару, Волгоград, Тюмень и Пензу. В каждом городе сеть разворачивалась по одному и тому же сценарию, на деталях которого мы остановимся далее. К слову, разработанная технология запуска новых городов включает и методику ведения бизнеса.

На данный момент сети уже существуют или начинают развиваться в Перми, Барнауле, Волгограде и Волжском, Воронеже, Екатеринбурге, Ижевске, Йошкар-Оле, Казани, Кирове, Красноярске, Липецке, Набережных Челнах, Нижнекамске, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Оренбурге, Пензе, Самаре, Санкт-Петербурге, Саратове, Тюмени, Челябинске и Ярославле. Как указано на официальном сайте компании, на сегодняшний день «ЭР-Телеком» в общей сложности обслуживает около 2,4 миллионов абонентов в 25 крупных городах (в эту цифру входят абоненты не только кабельного телевидения, но также интернета и телефонии). Экспансия еще в два города только начинается.

На долю кабельного телевидения приходится чуть более миллиона абонентов. Доля рынка кабельного телевидения по России, по собственным оценкам компании, составляет 7%. По данным отчета J'son & Partners Consulting, опубликованного по итогам второго квартала 2010 года, с этим показателем «ЭР-Телеком» вошла в шестерку крупнейших операторов платного телевидения в России.

Среди целей компании — получение 20% доли российского рынка кабельного телевидения и интернета к 2014 году. К этому моменту планируется полностью покрыть сетями компании 43 крупных города Российской Федерации. Как отмечено на официальном сайте компании, выбор городов определяют макроэкономические показатели и данные по проникновению телекоммуникационных услуг в регионе. Полный список намеченных для «захвата» городов пока, однако, неизвестен.

Технологии

В каждом из городов, куда приходит оператор «ЭР-Телеком», действует одна и та же схема, отрабатанная еще в начале работы компании в Перми. Территория покрывается так называемой Городской универсальной телекоммуникационной сетью (ГУТС), построенной по принципу «оптика до дома», посредством которой и предоставляются услуги: доступ в интернет, IP-телефония и кабельное телевидение.

Стоит отметить, что не везде сети строятся с нуля; иногда «ЭР-Телеком» приобретает сети, располагающиеся на территориях, и модернизирует их, включая в качестве сегмента в свою ГУТС. Сеть необязательно с самого начала должна удовлетворять «технологическим стандартам» «ЭР-Телекома». Так, например, в Набережных Челнах в структуру компании интегрирована MMDS-сеть «Компании «Телемакс».

Пакеты каналов в каждом «городе присутствия» формируются отдельно. Для вещания кабельного телевидения устанавливается одна головная станция, которая транслирует пакет через оптические кроссы в районах к конвертерам телевизионного сигнала в домах. Далее по квартирам сигнал разводится при помощи коаксиального кабеля. Таким образом, транслируются как аналоговые, так и цифровые пакеты (если цифра присутствует на данной территории). Подключение абонентов к интернету выполняется по



Дмитрий Львович Брагин, заместитель генерального директора НКС по продажам и маркетингу

витой паре, то есть кабельное ТВ и интернет приходят в квартиры абонента по разным кабелям.

Услуги КТВ

«ЭР-Телеком» предоставляет кабельное телевидение под торговыми марками «Диван-ТВ» (аналоговое телевидение) и «Диван ТВ Плюс» (цифровое кабельное ТВ). На данный момент телевизионные услуги предоставляются в 22 городах, где, как отмечено выше, в общей сложности подключено более миллиона абонентов.

В качестве основного (базового) пакета кабельного телевидения в большинстве городов предлагается набор из 58-72 эфирных и спутниковых каналов самой разнообразной тематики. Точный список по каждому из городов можно найти на сайте «Эр-Телекома». Стоимость базового пакета составляет от 165 до 280 рублей, в зависимости от города. При оплате длительных периодов (6 или 12 месяцев) на абонентскую плату предлагается скидка.

Отдельно во многих городах существует пакет «Эконом» из 15-24 каналов, стоимость которого, в зависимости от города, колеблется от 69 до 108 рублей. Новые абоненты на данный пакет не подключаются, но обслуживание старых ведется в прежнем режиме. Будет ли реализован какой-то вариант аналогичного социального предложения в будущем, не сообщается.

В отдельных городах под маркой «Диван ТВ Плюс» предлагается цифровое телевидение. На данный момент, судя по официальному сайту компании, услуга реализована в Перми, Самаре и Тюмени. В отличие от аналогового телевидения, цифровое изначально оформлено в виде нескольких тематических пакетов: базового (где присутствуют многие из каналов, предлагаемых в аналоге), эротического пакета «Бессоница» и трех различных пакетов «НТВ-Плюс» («НТВ-Плюс Спорт», «НТВ-Плюс Кино» и «Наш Футбол»). В Тюмени абонентам дополнительно предлагается пакет «Планта HD», включающий 10 каналов высокой четкости.

Подписка на базовый пакет для абонентов цифрового телевидения является обязательной, все остальные подключаются за дополнительную плату по желанию абонента.

Для подключения к цифровому телевидению абонентам необходимо взять в аренду в компании «ЭР-Телеком» декодер и карту доступа; на выбор предлагается оборудование, поддерживающее SD- или HD-формат. Устройство HD, кроме того, заявлено как PVR ready.

Вместе с каналами предлагается электронная телепрограмма; кроме того, ряд каналов транслируется с несколькими звуковыми дорожками, из которых абонент может выбрать наиболее подходящую.

В рамках подключения к кабельному телевидению «Диван ТВ» и «Диван ТВ Плюс», по аналогии с «НТВ-Плюс», по всей сети «ЭР-Телеком» действует стандартизованный набор услуг, включающий в себя заключение договора, формирование абонентской линии и пр. Правда, в разных городах стоимость подобных услуг отличается.

Для абонентов, одновременно подключающих три услуги (кабельное телевидение, интернет и телефонию), предлагаются скидки. К примеру, во время подготовки данного материала действовала акция «три в одном», позволявшая одновременно воспользоваться интернетом, аналоговым кабельным телевидением и телефонией за 555 рублей в месяц.

Поддерживается не менее десятка вариантов оплаты кабельного телевидения через различные электронные платежные системы, с помощью банковских карт или терминалов самообслуживания.

Идеологи НКС о стратегии развития компании

НКС — один из крупнейших в России мультисервисных кабельных операторов, предоставляющий услуги аналогового и цифрового телевидения и широкополосной передачи данных в семи российских городах. Мы попросили идеологов головного отделения компании рассказать о своей стратегии завоевания рынка, введения новых услуг, сегодняшних сложностях и планах на будущее.

На наши вопросы ответили заместитель генерального директора по продажам и маркетингу Дмитрий Львович Брагин, заместитель генерального директора по программной политике и медиа Андрей Владиславович Голованов и заместитель генерального директора по юридическим и корпоративным вопросам Марина Викторовна Дозорцева.

➤ Почему в Москве цифровое ТВ и интернет выделены в отдельный бренд — «Он Лайм»?

Д. Брагин: Телекоммуникационный рынок Москвы в момент запуска услуги ШПД от НКС вошёл в стадию насыщения. В 80 квартирах из 100 есть подключение к широкополосному интернету и аналоговое кабельное телевидение (благодаря нам же). Кроме того, в каждой четвертой квартире уже есть цифровое ТВ. Таким образом, наращивать абонентскую базу традиционными методами невозможно. Рынок новых подключений состоит, в основном, из пользователей, которые по разным причинам хотят сменить провайдера. Необходимо отличаться: не только предоставлять качественный сервис по комфортной цене, но и быть ярким, запоминающимся. Поэтому мы представили на рынке новый бренд, ориентированный на молодую инновационную аудиторию, у которой востребованы высокие скорости и телевидение новых стандартов.

➤ Как, по мнению идеологов НКС, следует внедрять «цифру»? Должны ли в ней дублироваться все аналоговые каналы, или начинать надо с вынесения туда премиального пакета? Какие преимущества цифрового телевидения предполагается использовать для продвижения этой услуги?

А. Голованов: Услуга цифрового телевидения предполагает наличие базового цифрового пакета, премиальных (дополнительных) пакетов, а также дополнительных услуг, таких как «видео по запросу», «домашний кинотеатр» и т.д. Разумеется, базовый пакет должен включать в себя и все каналы аналогового. Во-первых, они будут приниматься в лучшем качестве, во-вторых, абоненту удобнее смотреть все каналы в одной системе, используя один пульт, а не переключаться с аналогового приема на цифровой. Помимо каналов аналогового пакета, в базовый цифровой входят еще несколько десятков спутниковых тематических каналов как российского, так и зарубежного производства. Пакет должен включать каналы, условно разбитые на тематические и «демографические» категории — фильмовые, музыкальные, познавательные, спортивные, информационные, развлекательные, спортивные, детские и т.д. Причем дело не в количестве

Материал об операторе «ЭР-Телеком» написан по открытым источникам. Информация могла быть полнее, но наши неоднократные попытки получить комментарии у регионального и центрального руководства компании, а также у ее акционеров — Пермской финансовой группы — успехом не увенчались

ОАО «Национальные кабельные сети» — один из ключевых активов холдинга ОАО «Национальные телекоммуникации», одного из ведущих операторов кабельного телевидения в России, который, в свою очередь, входит в состав ЗАО «Национальная Медиа Группа».

ОАО «Национальные кабельные сети» (НКС) объединяет крупные компании-операторы, помимо Москвы, работающие в таких городах, как Санкт-Петербург (ОАО «Телекомпания Санкт-Петербургское кабельное телевидение»), Екатеринбург (ОАО «Национальные кабельные сети — ЕвроАзия», ООО «Телесеть-Сервис»), Новосибирск (ООО «НовАКТВ»), Курган (ЗАО «Национальные кабельные сети — Курган») и Электросталь Московской области (ООО «Элтелекор», ЗАО «Элкател»). Ими предоставляются цифровое и аналоговое ТВ и другие услуги под брендами «Твое ТВ», «Твой Интернет», «Твой Телефон» и «КАБиNet».

Сети операторов, входящих в головной холдинг НТК, охватывают более 5 млн домохозяйств и обслуживают более 4,5 млн абонентов. Генеральный директор ОАО «НТК» — Сергей Борисович Калугин.



Андрей Голованов, заместитель генерального директора НКС по программной политике и медиа

каналов, а в качестве их подбора. Абонент должен иметь возможность найти в любое время интересную ему программу.

В Москве мы только начали предоставлять услугу цифрового телевидения, поэтому пока ввели только базовый пакет. Разумеется, со временем будут и дополнительные услуги. Сейчас мы активно работаем над формированием пакета ТВЧ. Проблема состоит в том, что на российском рынке сегодня существует всего порядка 15 каналов в этом формате, и не все из них действительно интересны абоненту — ведь канал должен привлекать не только качеством картинки, но и содержанием. Тем не менее, думаю, что в следующем году мы предложим нашим абонентам интересный и сбалансированный пакет ТВЧ. Работаем и над поиском каналов для других премиальных пакетов. Здесь проблема еще более сложная. Абонент будет платить дополнительно только за «продукт» высокого качества. Как правило, «драйверами» платного премиального телевидения являются кино и спорт. В России эфирные каналы показывают очень большое количество фильмов высокого качества, что не практикуется за рубежом. Та же история и со спортом — эфирные каналы показывают практически все наиболее интересные спортивные события. Стандартным предложением операторов платного телевидения является также эротика в закрытом телевизионном пакете, такой пакет будет и у нас.

Проект «Цифровое ТВ ОнЛайм» стартовал всего пять месяцев назад; сейчас мы изучаем первичный спрос и разрабатываем планы по масштабному запуску услуги в 2011 году. Мы делаем ставку на простоту и удобство телесмотрения, поэтому хотим предложить рынку простое эргономичное и доступное по цене устройство, которое обеспечит доступ к контенту HD и 3D.

☞ Какие используются каналы и методы привлечения новых абонентов и сохранения абонентской базы? Особенно в регионах с сильной конкуренцией со стороны других операторов.

Д. Брагин: Компании, которые входят в группу НТК, представлены в регионах с сильной конкуренцией. В Москве маркетинговая стратегия направлена на привлечение новых абонентов и увеличение доли рынка. Нашу целевую аудиторию интересует доступ к видеоконтенту по сети ШПД. Мы предоставляем им необходимые условия — высокие, стабильные скорости по ценам чуть ниже лидеров рынка.

В Санкт-Петербурге и Екатеринбурге мы занимаем лидирующие позиции. Маркетинговая стратегия направлена на работу по сохранению лояльности абонентской базы и, как следствие, сохранению доли рынка. Для этих целей проводится модернизация сети. Она позволит предоставлять абонентам лучший сервис за ту же абонентскую плату.

☞ НКС входит в крупный холдинг, включающий другие медиаактивы — «5 канал», «Рен-ТВ». Существуют ли они абсолютно независимо друг от друга, или между ними есть какая-то кооперация?

Д. Брагин: Безусловно, объединение в одном холдинге различных активов направлено на получение синергетического эффекта: мы имеем возможность предоставить нашей абонентской базе эксклюзивный контент, а также эксклюзивные условия рекламодателям при размещении рекламы на нишевых каналах. В качестве примера работы холдинга в 2010 году в этом направлении: успешный вывод «5 канала» на рынок Москвы.

☞ Какие технологии и услуги кажутся перспективными для КТВ, и какие из них планируется внедрять в сетях НКС?

Д. Брагин: Перспективные технологии — NPVR, HD, 3D. Проблема сейчас не в технологическом запуске, а в наличии достаточного количества контента. Мы движемся параллельно: готовим сетевые возможности и ведём переговоры с правообладателями.

☞ Какие правовые или организационные проблемы больше всего мешают в работе?

М. Дозорцева: Основные сложности в работе юристов в нашей сфере заключаются в несовершенстве действующего законодательства. Их можно разделить на несколько направлений. Первое — очень нечеткое определение грани между осуществлением вещательной деятельности, которая описывается в законе «О средствах массовой информации», и функциями оператора связи, прописанными в законе «О связи». И тот, и другой субъект в той или иной степени осуществляют распространение СМИ, что закреплено в обоих законах. Но где тот «водораздел» между деятельностью вещателей и операторов связи: закон «О связи» трактует функции компаний телеком-операторов как оказание технической услуги (передачу электромагнитных сигналов), а не контента. Закон же о СМИ ставит деятельность телеком-операторов в один ряд со средствами массовой информации, приписывая ему функции вещателя. На самом деле, законодательство в этой части написано очень плохо.

Как такая «теория» выглядит на практике? Взять хотя бы пресловутые отношения с Российским авторским обществом, позиция которого сводится к тому, что за использование каких-либо музыкальных или иных произведений должны платить и вещатели, и операторы. На самом деле, в соответствии с Гражданским кодексом, регулирующим авторские отношения, «очистку прав» (получение разрешения на право использования произведений) должны выполнять те лица, которые осуществляют действия по передаче произведений как объектов авторских прав, в эфире или по кабелю, а отнюдь не те, которые предоставляют техническую услугу по доставке того или иного сигнала телепрограмм.



Марина Дозорцева, заместитель генерального директора НКС по юридическим и корпоративным вопросам

«Воля» является ведущим украинским общенациональным телекоммуникационным провайдером. В целом по Украине обслуживает около 1,7 млн абонентов, включая более 430 тыс. пользователей услуги высокоскоростного доступа в интернет. Компания предоставляет комплексную мультисервисную услугу, включающую информацию и развлечения — доступ к телепрограммам и видео-по-запросу; коммуникации — высокоскоростной доступ в интернет, компьютерную и голосовую связь, а также услуги крупнейшего в Украине дата-центра. На сегодняшний день в целом по Украине услугой доступа к телевизионным программам в цифровом формате пользуются около 500 тысяч абонентов «Воли» в различных регионах. В городах, где представлено цифровое телевидение, абоненты компании имеют доступ от 100 до более чем к 150 каналам. Стоимость базового пакета программ составляет в среднем 45 гривен (примерно 5,6-5,7 долларов). Стоимость расширенного пакета — 77 гривен (примерно 9,6-9,7 долларов). Стоимость дополнительных премиальных пакетов составляет 30-35 гривен (примерно 3,8-4,4 долларов).

Наша позиция выработана исходя из небуквального толкования норм закона — операторы связи в этой ситуации не являются лицами, которые осуществляют использование произведения, поэтому они не должны заниматься «очисткой» прав в случаях, когда выступают только в качестве операторов связи. Но когда наряду с операторскими функциями они осуществляют вещательную деятельность и/или у них есть вещательная лицензия, тогда заключение с РАО лицензионного договора законно и обоснованно.

Следующий круг вопросов связан с темой лицензирования в области телерадиовещания. В нашей отрасли это большая и неразработанная сфера отношений. Тема эта подразделяется на массу теоретических и практических проблем, с которыми мы сталкиваемся и которые мы не в состоянии решить по причине безнадежного устаревания законодательства по лицензированию. Оно формировалось в начале 1990-х, и хотя в жизни изменилось многое — техника, технологии доставки сигнала, использование спутников, появился интернет, получили развитие кабельные сети, законодательство с тех пор не претерпело никаких изменений. Именно поэтому возникает самая большая проблема, связанная с лицензированием вещательной деятельности. Так, по закону, оператор связи при оказании услуг связи для целей телевидения может оказывать такие услуги только вещателю — лицу, которое имеет вещательную лицензию. А для того, чтобы ее получить, необходима масса дополнительных условий. К примеру, механизм лицензирования в нашей телерадиовещательной деятельности не приспособлен к тому, чтобы несколько лицензий выдавались с указанием одного частотного канала. Сама процедура требует для каждого СМИ отдельного выделенного канала, а в современных условиях цифровизации телевидения на одном канале мы можем распространять сигналы восьми-десяти СМИ. Соответственно, мы находимся в тупике, потому как, с одной стороны, не можем не нарушать закон, а с другой — не можем не использовать наш ресурс, который становится свободным.

В этом вопросе мы очень сильно отстаем от Запада по нескольким крупным блокам вопросов. В подавляющем большинстве стран связанная деятельность и вещательная в области телерадиовещания отдельно не лицензируются. Там существует единая лицензия, которая дает легальную возможность распространения СМИ.

Возвращаясь к нашим российским реалиям, следует отметить еще одну совершенно архаичную норму действующего законодательства, позволяющую одному юридическому лицу иметь не более двух вещательных лицензий на одну и ту же территорию. Поэтому даже если у нас как операторов есть желание получить вещательные лицензии на ретрансляцию более двух средств массовой информации, то такая норма не позволяет нам это сделать. Она была обоснована, когда вещание было эфирным и «привязывалось» к ограниченному частотному ресурсу. У нас как операторов кабельного телевидения другая ситуация, а поскольку ограничение касается всех средств распространения СМИ, то мы попадаем под это положение.

И еще. Понятно, что лицензия на эфирное вещание имеет конкурсный характер. В кабельных сетях лицензирование не имеет такой значимости, но у нас оно сохранено. И, более того, если эфирные вещатели имеют вещательную лицензию, то им нужно еще получать и кабельную — на распространение в сетях кабельного ТВ. Это бюрократический и очень тяжелый механизм. Уже долгое время идут разговоры и готовятся проекты, касающиеся изменений существующего порядка лицензирования в виде введения так называемых «универсальных» лицензий, но когда это будет? Эти вопросы обсуждаются на рынке уже много лет, но изменения законодателями пока не внесены.

«Воля-Кабель»

🔗 Почему Вы выбрали DVB-C и уверены в правоте своего выбора; почему, на Ваш взгляд, эта технология очень трудно идет у большинства кабельных сетей — высокий входной билет, низкая платежеспособность в регионах, отсутствие спроса на обильный и премиальный контент, пакетирование и продажу отдельных каналов у региональных операторов?

С. Бойко: Потому что это стандарт, специально предназначенный для кабельных сетей. Я не знаю, о каком большинстве кабельных сетей идет речь в Вашем вопросе, но любые новации требуют усилий, и если не прилагать труда и средств, то ни одно новшество не будет внедрено.

Все, что Вы перечисляете — лишь факторы, которые нужно знать и учитывать в своей стратегии и планах по внедрению новаций. Мы не видим (кроме отсутствия понимания пользы для абонента и выгоды, которую за счет этой пользы можно получить для себя) причин, которые бы делали неосуществимым внедрение цифрового стандарта.

🔗 Планы развития новых услуг. Есть ли среди них оказание услуг не только абонентам, но и управляющим компаниям, и ТСЖ (ЖСК) — учет воды и тепла, видеонаблюдение и пр.?

С. Бойко: В 2010 году мы закончили полный перевод нашей телекоммуникационной сети в Киеве на цифровой формат — все 100% абонентов сейчас пользуются цифровым телевидением. В прошлом году мы также запустили в Киеве полноценный пакет HD-каналов и планируем дальше развивать и поддерживать данный вектор развития пакетов. Кроме того, мы рассматриваем возможность дальнейшего развития услуги видео-по-запросу (то есть расширение возможностей абонента с точки зрения выбора).



Сергей Бойко, генеральный директор компании «Воля»

По предоставлению услуг ТСЖ или управляющим компаниям — точно не рассматриваем в следующем году. По мере реформирования управления и производства услуг в ЖКХ — будем рассматривать и возникающие при этом возможности.

➤ Состояние и ближайшие этапы вашего регионального развития — когда сети объединятся под единым брендом и перейдут на единую тарифную и программную сетки?

С. Бойко: Это уже свершившийся факт. С ноября 2011 года бренд «Воля» официально представлен во всех 18 регионах, где наши региональные предприятия предоставляют услуги. Учет абонентов переведен в единую биллинговую систему. Соответственно, стандартизованы технические системы мониторинга качества услуги, внедрены стандарты обслуживания абонентов.

Программная сетка по городам в целом унифицирована.

Мы не ставили и не ставим себе за цель иметь одинаковый перечень программ в пакетах — ведь в каждом регионе, в каждом городе, конечно, имеются свои отличия по местным эфирным каналам и по каналам, добавленным по желанию абонентов того или иного региона — например, польские каналы во Львове. А принцип пакетирования, действительно, внедряется один — и это сделано.

Перечень пакетов будет внедрен в течение нескольких лет (к концу 2012 — началу 2013 года) по мере запуска и увеличения доли цифровых пакетов. Ценовая политика по городам также унифицируется (это касается обеих услуг — и ТВ, и интернет), но не учитывать разницу в покупательной способности и востребованности неумно, поэтому мы не планируем здесь никаких конкретных дат, к которым все цены необходимо привести «под одну гребенку».

➤ Как в наше кризисное время изменился спрос абонентов на ваши основные услуги — аналоговое и цифровое ТВ и интернет? Что вы предпринимаете для стимуляции спроса?

С. Бойко: Я бы сказал, изменилось поведение потребителя. Процесс принятия решения стал более осознанным, а не стихийным. Спрос по-прежнему растет. В сегменте услуг доступа в интернет — быстрее, в сегменте кабельного телевидения — медленнее, но все равно растет. Мы по-прежнему как лидеры рынка вынуждены посвящать существенную часть времени и огромные средства на образовательную и просветительскую работу среди потенциальных абонентов, поскольку это и обуславливает рост клиентской базы.

➤ Какие преимущества для ваших абонентов дает подписка на ваши услуги в сравнении с другими ТВ-операторами — кабельными, спутниковыми, в ближайшем будущем, и цифровыми эфирными?

С. Бойко: Комплексность услуг — «телевидение+интернет», отличное наполнение пакетов, доступность, удобство, надежность. В жесткой конкурентной среде мы выигрываем за счет комплексности услуг «телевидение+интернет» и продуманной маркетинговой политики, а также удобных дополнительных возможностей. Высокая скорость доступа в интернет, удобство и надежность, возможность самостоятельно управлять онлайн-потреблением услуг (оплачивать, менять пакеты, следить за начислениями, заказывать дополнительные сервисы) — не менее важные факторы в выборе провайдера клиентом. Именно к таким параметрам адаптирован наш портал абонента.

➤ Ваш прогноз о развитии сферы КТВ в ближайшие пять лет на украинском рынке. Вытеснят ли кабель беспроводные технологии, вытеснит ли IPTV при сегодняшних темпах классическое кабельное или эфирное ТВ, каково будет соотношение спутник/кабель/цифровое эфирное ТВ?

С. Бойко: Доля эфирного ТВ будет постепенно сокращаться (до ориентировочно 25-35%), а остальные 65-75% поделят кабель и спутник и, возможно, какие-то другие технологии (точно не беспроводные, возможно, будет небольшой процент IPTV, хотя говорить о массовости этой технологии в Украине пока рано). ■

Поздравляем
с Новым Годом!!!

20 УСПЕШНЫХ ЛЕТ
НА РЫНКЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

АЛЬМ-ТЕХНОЛОГИИ
HTTP://АЛЬМ.РФ

реклама