

Екатерина Дерик

# Бизнес компании PowerNet

(г. Волжский, Волгоградская область)

**Продолжая цикл статей об операторах юга нашей страны, мы публикуем материал о сети PowerNet из г. Волжский (Волгоградская область). Оператор использует интересные принципы взаимодействия с абонентами, успешно работая без отдела продаж, мотивированного на повышение ARPU. На наши вопросы ответил Алексей Александрович Карпов, директор компании PowerNet.**

## История

Компания PowerNet работает на рынке города Волжского уже 16 лет. Как и многие коллеги, начинала эта сеть с медных линий, по которым предоставлялась только услуга доступа к Интернету.

Постепенно модернизируясь и расширяясь, сегодня сеть эволюционировала в ФТТВ-структуру с топологией «звезда». В дом, а иногда и в подъезд, приходит оптика, а до абонента разводка выполнена витой парой. На уровне районов установлены центры агрегации трафика.

«Оптику в квартиру мы пока предоставлять не планируем. Она дороже в обслуживании, и при этом абонент все равно не оценит ее преимуществ. Как говорят сами абоненты, им по большей части все равно, как получать Интернет, хоть флажками данные передавать, хоть через канализацию. Среда передачи данных может быть любой, лишь бы она была стабильна и обеспечивала требуемые скорости. А скорости более 100 Мбит/с сейчас попросту не востребованы», — рассказывает Алексей Карпов.

Сеть компании охватывает практически всю территорию города Волжский (за исключением отдельных домов, которые также будут застраиваться в ближайшее время), несколько микрорайонов в Волгограде, а также 11 городов и поселков Волгоградской области.

«Расширяясь в область, мы ориентируемся на населенные пункты, где есть многоэтажные дома. Но при этом идем только туда, где можем предоставить весь спектр наших услуг. Смотрим, где потребуются меньше затрат и будет интереснее с точки зрения бизнеса», — говорит Алексей Карпов.

Магистральные каналы связи для подключения областных центров компа-

ния берет в аренду у партнеров, поскольку самостоятельная стройка на данный момент представляется слишком затратной, да и согласования для прокладки оптики по отдельным направлениям могут отнять до 1,5 лет.

«Зона нашего обслуживания ограничена возможностями автомобильного транспорта. На данном этапе мы не хотим открывать филиалы, поскольку этот процесс требует решения большого количества управленческих проблем. Это другой уровень сложности бизнеса. Кроме того, мы принципиально не пользуемся услугами аутсорсеров для обслуживания своих клиентов, т.е. приходим только в те населенные пункты, где обслуживать абонентов можно силами монтажников из нашего головного офиса. Условно под этот критерий подходят территории, куда можно часа за 2 добраться на автомобиле», — поясняет Алексей Карпов.

На данный момент сеть обслуживает порядка 52 тысяч абонентов. Цель компании на сегодняшний день — подключить в охваченных населенных пунктах все многоквартирные дома и, естественно, расширить проникновение своих услуг на уже подключенных территориях. PowerNet предлагает как физическим, так и юридическим лицам доступ к Интернету по технологии IP over Ethernet и городской телефон (IP-телефония). Для частных абонентов транслируется пакет телевизионных каналов, подробнее на котором мы остановимся далее. Кроме того, компания предоставляет сервис видеонаблюдения для частных лиц и ТСЖ в Волжском.

## Цифровое телевидение

Развитие проекта цифрового телевидения PowerNet началось с июня 2011 года.

«По меркам Волжского, у нас на тот момент было довольно много абонентов.

Логично было предложить им новую услугу, тем более что в среднем по рынку, с точки зрения спроса, телевидение пока является доминирующей услугой по сравнению с Интернетом. Сколько бы человек ни говорил, что он не смотрит телевидение, я не знаю никого, у кого вообще не было бы телевизора», — объясняет решение о выходе на новый для компании рынок Алексей Карпов.

Поскольку PowerNet уже имела на тот момент развитую телекоммуникационную сеть, выбор пал на технологию IPTV. Надо отметить, что в начале работы над услугой оператор тестировал не только различные варианты middleware IPTV, но и стандарт DVB-C.

«Изначально у меня не было веры в то, что IPTV можно сделать стабильным. На момент тестирования телевизионной услуги в своей сети мы использовали авторизацию и тоннельные протоколы. Это требовало использования роутера в квартире у абонента, а также порождало определенные сложности с авторизацией. Но с этими проблемами все равно надо было разбираться, чтобы обеспечить качество услуги доступа к Интернету. Так что еще до внедрения IPTV мы проделали огромную работу: избавились от паролей и роутеров (заодно тем самым разгрузив техническую поддержку)», — говорит Алексей Карпов.

Параллельно с улучшениями сети, оператор начал строить коаксиальные стояки и выделять волокна под будущую передачу DVB-C. Было даже приобретено оборудование головной станции. Однако на этапе тестирования выяснилось, что IPTV вполне может дать требуемое качество (после установки наивысшего приоритета телевизионным пакетам даже при максимально загруженной сети картинка IPTV остается стабильной). Кроме

# Всё для мультисервисных сетей по новогодним ценам:

## Оптический передатчик OT1550HQ-T 2x7 TVBS

1550.52нм ADJ ±0.4 нм, CNR > 54дБ



SBS 13...19дБм, шаг 0.5 дБм  
SNMP, 2x220В

**279000 руб.**  
~~309000 руб.~~

## Базовый блок EMR 3.0S 2xGbE-IP SUMAVISION 256 IP SPTS/MPTS



склад  
СПб

**116500 руб.**  
~~129492 руб.~~

## Кабель коаксиальный RG11 с тросом F1160BVM

CCS  
оплетка 60%

**13,5 руб./м**  
~~17,65 руб./м~~

Приглашаем Вас посетить наш стенд №562 зал №4 на выставке CSTB'2014 с 28 по 30 января

**ТВ БИЗНЕС**

ООО «ТВБизнес»  
194156, Санкт-Петербург,  
пр. Энгельса, 27, к.15 лит. АШ

Телефон:  
(812) 600-2577  
600-3043

✉ mail@tvbs.ru  
☎ 297027982  
🌐 www.tvbs.ru

**TVBS.RU**  
Интернет-магазин

реклама

**TELESTE**

**CXE852**

## Новый оптический приемник Два оптических входа Ethernet управление

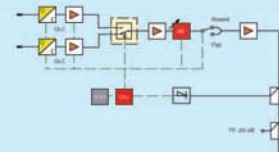
### Особенности:

- Создан на базе GaAs MESFET технологии.
- Высочайший выходной уровень в 120 dBμV.
- Автоматическая стабилизация выходного уровня, устраняющая влияние изменений уровня оптического сигнала (OLC).
- Расширенный частотный диапазон 47...1006 МГц.
- Высокоэффективная запатентованная схема защиты выходных каскадов от разрядов статического напряжения до 6 кВ.
- Надежность и простота в работе.
- Ethernet управление и мониторинг.
- Два оптических входа с автоматическим резервированием.

### Основные характеристики:

- Выходной уровень: 120 dBμV
- Выходной уровень, ограниченный OLC: 115 dBμV
- Максимальный выходной уровень (СТВ, 42 канала): 113 dBμV
- Максимальный выходной уровень (CSO, 42 канала): 113 dBμV
- Максимальный выходной уровень (XMOD, 42 канала): 110 dBμV

- Частотный диапазон: 47 ... 1006 MHz
- Входной оптический уровень: -7 ... +1 dBm
- Регулировка выходного уровня: 0 ... -15 dB
- Рабочая длина волны: 1290 ... 1600 nm
- Коэффициент возвратных потерь: 18 dB



Ждем Вас 28-30 января

на международной выставке CSTB'2014

г. Москва, Крокус Экспо, пав. 1, зал 4, стенд 525

The power of deep fibre

**КОНТУРМ**  
Digital broadband communications

Россия, 129344 г. Москва, ул. Искры, д. 9, корп. 2, тел./факс: +7(495) 221-81-88 (многоканальный),  
E-mail: info@konturm.ru http://www.konturm.ru

реклама



Головная станция оператора

того, IPTV дает возможность развернуть интерактивные услуги, подробнее на которых мы остановимся далее. В то же время строительство DVB-S на практике оказалось крайне дорогим для оператора и ничуть не более привлекательным по стоимости оборудования с точки зрения абонента. Таким образом, было принято решение развивать дальше IPTV, а отстроенный к тому моменту фрагмент коаксиальной сети был демонтирован.

На момент написания данного материала абонентам предлагалось 110 телевизи-

онных каналов, среди которых 10 каналов высокой четкости и даже один стереоскопический канал (Media 3D). Часть каналов высокой четкости, к примеру, «Спорт 1 HD», представлены в основном (минимальном) пакете. «Спорт 1 HD» — это наша фишка для мужской целевой аудитории. Это был наш самый первый HD-канал, и на его примере мы хотели показать абонентам, что такое высокая четкость. Поэтому канал был включен во все пакеты, и мы платим правообладателям за всех абонентов», — поясняет Алексей Карпов.

Что касается 3D-канала, то по большей части это не потребность абонентов, а маркетинговый ход, позволяющий показать, что оператор первым сделал это в городе Волжском. По оценкам компании, вложения в такую форму продвижения сервиса выгоднее, нежели, к примеру, оплата рекламных растяжек по городу.

«Media 3D мы подключили, поскольку этот канал первым оказался на спутнике. По региональной специфике мы не можем забрать большой объем трафика, к примеру, с точки обмена М9, поскольку сами там не присутствуем. В целом, я думаю, 3D-каналы не будут активно развиваться, пока не будет спорта и хороших фильмов в этом формате. Да и спорт в 3D комфортно смотреть не всем. К примеру, футбольные матчи многие смотрят в барах. Там некомфортно использовать очки. Таким образом, в существующем виде 3D будет развиваться в определенной нише», — комментирует Алексей Карпов.

Порядка 33 телевизионных каналов все абоненты могут смотреть бесплатно на компьютере и мобильных устройствах без использования абонентской приставки. В этот пакет входят бесплатные и условно бесплатные каналы (за которые оператор платит фиксированную сумму, вне зависимости от числа абонентов), которые транслируются в сети в открытом виде с разрешения правообладателей. Для просмотра каналов на компьютере с сайта компании можно скачать приложение PowerTV, а для смартфонов и планшетов на базе ОС Android предлагается плеер Power IPTV, который распространяется через Google Play.

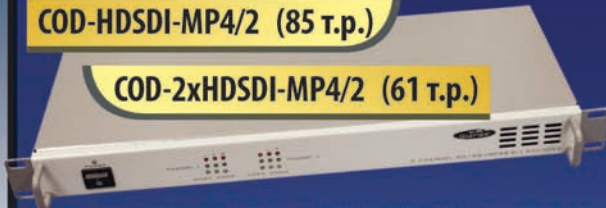
Остальные каналы, т.е. пакеты, предлагаемые за абонентскую плату, можно просматривать только на телевизоре с помощью абонентских устройств. К услуге можно подключиться как отдельно, так и в комплексе с доступом к Интернету. В общей сложности оператор предлагает пять различных тарифов, содержащих платные пакеты, отличающиеся набором каналов и скоростями доступа, стоимость которых варьируется от 299 до 999 рублей в месяц. Несколько каналов можно включить по индивидуальной подписке в дополнение к любому тарифу. По такой модели распространяется, к примеру, «Русская ночь» (канал включен в основной пакет, но не добавляется в список доступных без явного согласия абонента, которое можно выразить через личный кабинет), «Охотник и рыболов» (канал присутствует в HD-пакете, но его также можно включить индивидуально) и «Наш футбол».

На сегодняшний день среди всех новых подключений приблизительно 15%

# TELEVIEW

## КОДЕРЫ видео – IP/ASI

**COD-HDSDI-MP4/2 (85 т.р.)**



Одно- и двухканальные кодеры из HD / SD-SDI / HDMI / композитного видео в MPEG-4 AVC или MPEG-2.

Выходы - поток ASI, IP-выход для интернет-вещания

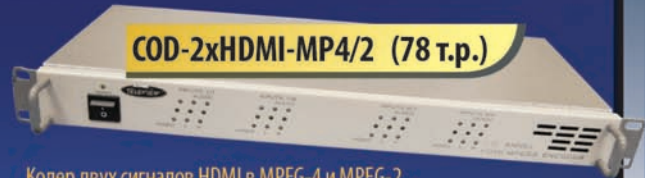
**COD-2xHDSDI-MP4/2 (61 т.р.)**



**TRANSCOD-MPEG4-2 (61 т.р.)**

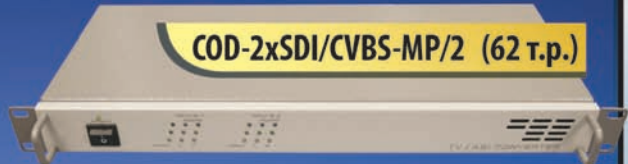
Транскодер - ремультимплексор потоков ASI из MPEG-4 в MPEG-2 или из MPEG-2 в MPEG-4

**COD-2xHDMI-MP4/2 (78 т.р.)**



Кодер двух сигналов HDMI в MPEG-4 и MPEG-2 с IP-выходом для интернет-вещания и ASI-выходом

**COD-2xSDI/CVBS-MP/2 (62 т.р.)**



Двухканальный кодер из композитного или SDI-видео в поток MPEG-2. Выход - поток ASI, IP-выход для интернет-вещания

**ОКНО-TB**  
info@okno-tv.ru  
Телефон: + 7 (495) 617-57-57

**ОКНО-TB Санкт-Петербург**  
piter@okno-tv.ru  
Телефон: + 7 (812) 640-02-21

**ОКНО-TB-Сибирь**  
sibir@okno-tv.ru  
Телефон: + 7 (383) 212-52-51

[www.teleview.ru](http://www.teleview.ru)

[www.okno-tv.ru](http://www.okno-tv.ru)

реклама

www.openbox-tm.com  
xbmc  
MEDIA CENTER  
PRISM CUBE  
RUBY  
OPENBOX

■ Стоит только один раз увидеть...

**OPENBOX**  
PRISM CUBE  
RUBY

Full HD 1080  
Twin Tuner  
Linux  
DUAL HD RECORD  
LAN  
Wi-Fi  
RSS  
YouTube

реклама

выбирают тарифные планы с платными телевизионными пакетами. В общей сложности цифровым телевидением PowerNet пользуется около 3 тысяч абонентов.

### Интерактивные услуги

Помимо линейной трансляции телевизионных каналов, PowerNet предлагает своим абонентам ряд интерактивных услуг, реализованных на базе серверов оператора.



Архив телепрограмм даже за три дня для многих полностью удовлетворяет потребность в контенте. Необходимость что-то качать отпадает. В общем времени просмотра сокращается доля прямого эфира, зато в целом потребление телевизионного контента увеличивается

Абонентам предлагается EPG, позволяющий не просто ознакомиться с расписанием передач на ближайшее время, но и увидеть, что в данный момент идет по выбранному каналу. Эту возможность оператор использовал как инструмент уменьшения субъективного восприятия времени переключения каналов. Пока приставка еще раскодирует видеопоток, абонент уже видит на экране название передачи и процесс-бар, отражающий, в какой момент передачи (в начале, середине или конце) он начинает просмотр.

«Самое главное конкурентное преимущество IPTV — это возможность записи передач для просмотра в более удобное время через архив телепрограмм. Мы смогли договориться о записи почти со всеми каналами, кроме отдельных международных, к примеру, National Geographic. В итоге в своей сети мы пишем даже клиповые (музыкальные, — **прим. ред.**) каналы, поскольку там иногда в неудобное время транслируется уникальный контент. Практика показывает, что на такую услугу люди очень быстро “подсаживаются”», — говорит Алексей Карпов.

Надо отметить, что оператор принципиально не разворачивает в своей сети услугу записи определенных телепрограмм по желанию абонента, поскольку считает ее не достаточно удобной — требующей слишком больших усилий от потребителей на своевременное программирование записи.

Алексей Карпов комментирует: «У людей редко возникает желание найти какой-то конкретный фильм. Чаще им хочется расслабиться и посмотреть «что-

нибудь интересенькое». А российские каналы предоставляют массу интересного контента. По некоторым каналам поздно вечером и ночью идут хорошие фильмы, причем почти без рекламы. По основным федеральным каналам часто показывают высокобюджетные современные фильмы. В итоге архив телепрограмм даже за три дня для многих полностью удовлетворяет потребность в контенте. Необходимость что-то качать отпадает. В общем времени просмотра

сокращается доля прямого эфира, зато в целом потребление телевизионного контента увеличивается. Поэтому, на мой взгляд, от разрешения услуги архива телеканалы только выигрывают».

На данный момент отложенный просмотр на телеканале позволяет вернуться назад на трое суток, но уже сейчас оператор планирует расширить дисковое пространство, задействованное для хранения архива телепрограмм, чтобы расширить этот диапазон до семи суток. Более длительное хранение запрещают правообладатели, таким образом, о реализации бессрочного хранения «избранных» передач или фильмов для абонентов даже на сервере оператора речи не идет.

Хотя потенциально в middleware оператора уже интегрирована такая услуга, как видео по запросу, на данный момент специалисты PowerNet не видят смысла в ее воплощении в жизнь. По мнению директора компании, услуга видео по запросу, если предложить в ее рамках достойную библиотеку контента, будет конкурировать с существующим архивом телепередач. Соответственно, рассматриваются варианты альтернативного использования этого функционала, к примеру, демонстрация трейлеров фильмов, которые в ближайшее время будут показываться в кинотеатрах города.

### Платформа IPTV

Для формирования сигнала IPTV используется головная станция AppearTV. В основе телевизионной услуги лежит middleware собственной доработки.

Изначально компания предложила услугу на базе первой версии платформы «ОФТ-Медиа».

«Наши эксперименты с решениями, представленными на рынке, показали, что компания продвинулась дальше других производителей с точки зрения логики пользовательского интерфейса. При этом на фоне других платформа «ОФТ-Медиа» была сравнительно недорогой. Потенциально мы могли себе позволить и более дорогое решение, но здесь на высоте оказались именно потребительские характеристики», — комментирует Алексей Карпов.

К сожалению, производитель этой системы уже ушел с рынка, но специалисты PowerNet успели приобрести практически готовую вторую версию платформы, находившуюся на стадии бета-тестирования. Доработав и протестировав ее собственными силами, они успешно эксплуатируют платформу по сей день, фактически являясь единственными ее клиентами.

Подробнее об особенностях middleware, а также принципах выбора абонентских устройств можно прочитать в статье «Какими должны быть абонентские приставки» на сайте Telemultimedia.

### Абонентские устройства

Для просмотра телевизионных каналов абонентам предлагаются устройства производства MAG.

«Раньше мы работали с Amino. Но там и приставки дороже почти в два раза, и функционал меньше, так что абоненты не очень охотно их покупали. После того, как мы приняли решение перейти на MAG, парк приставок Amino у абонентов мы поменяли за свой счет (их было не так много — порядка 400 штук)», — рассказывает Алексей Карпов.

Во второй версии используемой платформы реализована поддержка только этих приставок, однако оператор имеет возможность самостоятельно интегрировать необходимые устройства, если в этом появится необходимость.

На момент написания данного материала приставки с услугой подключения стоили порядка 3 тысяч рублей (вторая приставка абоненту устанавливается приблизительно за 2 тысячи рублей). При этом стоимость устройства компания не считает препятствием для развития услуги.

«Общаясь с абонентами, я обратил внимание, что препятствием является даже не цена приставки, а сама необходимость покупать какое-то дополнительное оборудование. Народ, интересующийся платным телевидением, не бедствует. Абоненты покупают телевизоры за

15–20 тысяч рублей, у многих есть iPhone и iPad, которые стоят намного дороже, чем ТВ-приставка (а ведь приставка используется всей семьей). Так что здесь барьер по большей части психологический», — считает Алексей Карпов.

Помимо функции трансляции IPTV и использования интерактивных услуг оператора, приставки имеют разъемы для подключения USB-носителей, что позволяет проигрывать на телевизоре собственный контент. Кроме того, есть встроенная поддержка ряда интернет-сервисов, например YouTube. Пока предлагаемые устройства не имеют встроенного жесткого диска. Хотя в ассортименте MAG уже есть подобные приставки, оператор не видит смысла в их распространении, ведь, как упоминалось выше, интерактивные услуги запущены на базе серверов компании, так что жесткий диск просто делает предложение дороже для абонентов.

Как и многие другие операторы, специалисты PowerNet пытались запустить свои услуги на базе современных телевизоров Smart TV (без приставки). Но пока еще не было найдено моделей, которые достаточно быстро декодировали бы multicast-поток, тем более в формате высокой четкости или 3D. Специалисты регулярно проводят тестирование новых моделей, и лишь недавно им удалось найти модели из последнего поколения LG, способные работать с HD-потокom без «осыпания» картинки, а также сравнительно быстро переключать каналы (при времени переключения на приставке около 2 секунд телевизору требуется примерно 5 секунд). Тестирование продолжается. Возможно, в будущем мы сможем рассказать читателям об успешном «укрощении» Smart TV под нужды IPTV-оператора.

### Практика работы с абонентами

Как и многие коллеги, PowerNet живет в условиях жесткой конкуренции. Хотя Волжский и не является столицей региона, 5–6 операторов в многоквартирном доме для этого города уже является нормой. Помимо крупных федеральных операторов («Дом.Ру», «Билайн»), в Волжском присутствует и ряд местных компаний, по большей части работающих локально.

В этих условиях, чтобы успешно развиваться, компании необходимо было сформировать собственный подход: работать так, чтобы абоненты могли выделить их услуги на фоне остального рынка. И эта задача была успешно решена применением, возможно, не самых типичных практик.

Во-первых, в отличие от многих конкурентов и коллег, PowerNet не делает акцент на работе отдела продаж.

«В отношениях с абонентами мы принципиально избегаем политики «втюхивания»: никаких завуалированных высказываний, «звездочек» в тарифах и попыток продать то, в чем нет реальной потребности. У нас даже нет отдела продаж — только абонентский отдел, занимающийся обслуживанием текущих клиентов и подключением новых. Задача сотрудников этого отдела — помочь клиенту выбрать подходящий именно ему тариф, а не тот, в который включено больше всего услуг. Раньше, пока у нас работал «классический» отдел продаж, около 40–50% подключений осуществлялось на тарифы с телевидением. Таким образом, в принципе, если есть цель что-либо навязать абоненту, его всегда можно подтолкнуть на нужную нам дорожку. Но со временем у нас возникло понимание, что продажа абоненту того, что ему реально не нужно, плохо отражается на компании в долгосрочной перспективе. Кто-то отключится сразу, другие будут платить, плывя по течению, но велика вероятность, что и их легко переманят конкуренты более дешевыми предложениями с меньшим числом ненужных услуг. Мы хотим долго работать на этом рынке, поэтому заранее пытаемся выстроить с клиентом такие отношения, чтобы его не переманили конкуренты. Мы стараемся обеспечить такой сервис, чтобы нас советовали своим знакомым», — объясняет позицию компании Алексей Карпов.

Разрабатывая маркетинговые акции, оператор в первую очередь ориентируется на сохранение существующих абонентов. Причем маркетинг в основном направлен на формирование имиджа компании через развитие сети бесплатных Wi-Fi-точек, а также проекта видеонаблюдения по городу. (Камеры устанавливаются в публичных местах, а запись хранится до 30 суток, что позволяет получать точную информацию о происшествиях. Это заставляет людей лишний раз говорить о компании.)

Во-вторых, вместо затрат на поиск путей дальнейшего развития, специалисты PowerNet наладили контакт с собственными абонентами, чтобы оперативно удовлетворять возникающие потребности.

«Мы придерживаемся мнения, что бессмысленно тратить время на придумывание услуг, которые гипотетически могут понадобиться абоненту. Надо просто научиться слушать, что им действительно требуется сегодня. У нас есть сайт с форумом, где клиенты могут оставить мнения или поделиться идеями. Кроме того, они могут нам позвонить или поучаствовать в опросах в процессе под-

счета индекса потребительской лояльности. Мы наладили процесс обработки таких сообщений — они не теряются в бюрократии, а доходят напрямую до меня и руководителей профильных отделов», — говорит Алексей Карпов.

Те же принципы применяются и при развитии пакета каналов. Изначально для подключения или отключения каналов из пакетов использовались рейтинги, которые позволяют строить используемое middleware. Однако в лидерах по общему времени просмотра там стабильно оказывались каналы первого мультиплекса, а также основные развлекательные (ТНТ, СТС и т.п.). Платные или нишевые каналы по большей части занимали места далеко за первой десяткой. «Из этой статистики можно было бы сделать вывод, что подобные каналы не имеют для оператора ценности. Если отключить какой-то нишевый канал, недовольство выскажут в лучшем случае человек 50. Но проблема в том, что эти 50 человек пожалуются своим друзьям, т.е. число людей, в чьих глазах репутация оператора будет испорчена, окажется намного больше. Учитывая такое отношение к отключениям, мы теперь и к подключениям каналов стали иначе относиться. Теперь мы начинаем переговоры о добавлении платного канала, в основном только если нас просят абоненты. Бывает, мы по своей инициативе включаем какие-то новые интересные каналы (в том числе условно-бесплатные), но, как правило, чудес не бывает. По общему времени просмотра они занимают 80–90-е места», — рассказывает Алексей Карпов.

Еще один принцип PowerNet — лично пользоваться теми услугами, которые предлагаются абонентам. Все без исключения сотрудники подключены к полному пакету услуг компании (бесплатно). Причем приставки для просмотра каналов также выдаются в бесплатную бессрочную аренду при устройстве на работу.

«Выборка получается довольно большая — порядка 160 человек. Нам такой подход серьезно упрощает жизнь. Наши сотрудники знают, как выглядят и работают услуги. Также мы имеем возможность тестировать новые предложения и проводить опросы на небольшой части аудитории до принятия каких-либо стратегических решений», — поясняет Алексей Карпов.

У компании множество планов, от развития своего бизнеса в Волгограде, где бренд PowerNet пока знают плохо и подключения идут не активно, до регистрации собственного телеканала. Нам от имени редакции остается лишь пожелать удачи в достижении этих целей. ■