

От бурных стартапов до олигопольной модели

Юбилей — это когда друзья собираются вместе, вспоминают о своих былых надеждах, обсуждают дни сегодняшние, строят планы на будущее... 20 лет назад задорные и исполненные самых радужных ожиданий специалисты в расцвете творческих сил занялись новым для страны бизнесом. Сегодня их стартапы превратились в мощную индустрию, обслуживающую буквально каждого жителя страны. В нашем юбилейном выпуске закаленные ветераны российского рынка платного телевидения делятся своими размышлениями о прошлом, настоящем и будущем отрасли.



Вячеслав Чулков, технический эксперт компании WISI в России

«20 лет назад все только начиналось... В стране, переходящей

на рыночные отношения, ощущался огромный подъем и энтузиазм. Все вокруг менялось на глазах. Предпринимателей, желающих стать кабельными операторами, было множество, глаза у них горели энтузиазмом, но им не хватало информации и... денег.

Я работал тогда в отделе технического развития МКТ («Московского кабельного телевидения»). Доходило до курьезов — один раз ко мне обратились два молодых человека с предложением своих услуг в проектировании систем кабельного телевидения. В разговоре с ними выяснилось, что они абсолютно ничего не понимают в этой области. На вопрос, откуда они и почему решили заняться кабельным телевидением, получил бесхитростный ответ: «Мы тут на соседнем рынке торгуем. Дела плохо пошли, вот мы и решили проектированием кабельных сетей заняться».

С деньгами предприниматели вопрос как-то решали, а в качестве источника информации весьма кстати появился журнал «Теле-Спутник», который немедленно стал «настойной книгой» кабельных операторов — по нему учились, в нем искали информацию о спутниках, технологиях, оборудовании. Именно в те времена фирма WISI выпустила свою головную станцию OV50, которая во времена бурных перемен в нашей стране в неизменном виде многие годы служила кабельным операторам.

С тех пор прошло много лет. Обстановка в кабельной индустрии радикально изменилась. Вместо «калейдоскопа» различных кабельных операторов в отрасли сформировалось несколько крупных игроков, аудитория которых составляет миллионы абонентов. Сегодня технологии модернизируются иногда по несколько раз в год. В результате теперь уже производителям приходится изучать требования операторов. И уже никто не мечтает о головной станции, которая в неизменном виде будет служить долгие годы. Наоборот, предельная гибкость и способность к адаптации — единственный шанс для оборудования прослужить у оператора «долго и счастливо».



Борис Локшин, начальник отдела перспективных системных разработок ФГУП «Космическая связь», д.т.н.

«Я сотрудничаю с журналом с самых первых его номеров. И для меня ноябрь 1995 года связан еще с одним знаковым событием — началом реальной работы над проектом по созданию первой в России системы непосредственного спутникового вещания «НТВ-ПЛЮС».

Общеизвестно, что оно началось в сентябре 1996 года, но перед этим менее чем за год была проделана огромная инженерная работа: построена спутниковая передающая станция с двумя 9-метровыми антеннами, выбраны и протестированы спутниковые приемники и система закрытия аналогового телевизионного сигнала Nagravision, осуществлен заказ

многоспутного спутника у компании Hughes. Все эти работы провела небольшая инженерная компания ЗАО «Бонум-1», в которой мне довелось работать.

На первый взгляд, эти два события никак не связаны, но совпадение по времени мне кажется неслучайным. Что-то витало тогда в воздухе, чувствовалось общее стремление сотворить нечто небывалое, выйти за рамки обыденного. Сейчас такого стремления не ощущается».



Александр Силин, представитель Eurosport

Имя Александра Силина уже вписано в историю развития российского рынка платного

телевидения. Он стал первым в стране дистрибьютером зарубежных телеканалов, буквально протоптав тропинку для тех, кто пошел следом.

Сегодня, оглядываясь назад, он говорит о том, что, несмотря на 20 лет развития, отрасль платного телевидения все еще находится на начальном этапе с точки зрения бизнес-процессов. «Опубликовав в 2001 году в «Теле-Спутнике» статью «Маркетинг услуги платного телевидения», я точно не мог предположить, что и через 14 лет операторы все так же будут продавать абонентам кабель, а не контент», — сказал он.

Вместе с тем, обсуждая вероятности альтернативного развития отрасли, Александр отмечает, что она развивалась оптимально в рамках существовавших факторов.

Ключевыми моментами развития отрасли Александр Силин называет:

1. «Монополизацию» коллективных антенн кабельными операторами, позволившую им занять доминирующее положение на рынке услуг многоканального платного телевидения.

2. Появление «Триколор ТВ», платформы, которая наилучшим образом воспользовалась ситуацией на рынке, предопределив оптимальную модель развития оператора платного ТВ в России.

3. Запуск «Ростелекомом» проекта «Интерактивное ТВ», который стимулировал переход отрасли на новый стандарт услуги платного ТВ.

«Еще полгода назад я бы добавил к этому списку ограничение на трансляцию рекламы на неэфирном ТВ. Но сейчас уже ясно, что на отрасль это не повлияло», — уточнил он.

Вопрос о том, какие вызовы сегодня стоят перед отраслью, он воспринимает спокойно. «Сегодня у отрасли нет каких-то особенных вызовов, отличных от тех, что были перед ней всегда. Операторы и телеканалы продемонстрировали хорошие способности в быстрой адаптации к любым изменениям. Поэтому нет никаких оснований беспокоиться за их будущее», — заявил ветеран дистрибуции платных телеканалов.



Алла Лазовская,
генеральный директор Universal Distribution

В число первых представителей зарубежных телеканалов в

России Алла Лазовская вошла в качестве руководителя тогда еще только отдела дистрибуции ТВ-программ компании Universal Communications. Сейчас Universal Distribution — самостоятельное подразделение корпорации. Компания ассоциируется преимущественно с ее основным партнером — французской медиагруппой Lagardere Active.

Наиболее примечательным в развитии отрасли Алла Лазовская называет появление большего разнообразия услуг и технологий доставки контента. «Проникновение платного ТВ, развитие DTH- и IPTV-услуг, а им вослед — мобильного и OTT ТВ. Важным явлением стало развитие таких дополнительных услуг, как VOD, Catch-Up, Time Shift. Кроме того, немаловажным было прекращение выдачи лицензий на способ эфирной раздачи сигнала MMDS».

Из ключевых факторов, повлиявших на развитие рынка платного телевидения, Алла Лазовская называет увеличение роли государства как контролирующего органа: выходные данные СМИ, возрастные маркировки, запрет пропаганды курения, ограничения по рекламе (время и пере-

чень продуктов), а затем и глобальное исключение рекламы из эфира каналов с доминирующим зарубежным контентом.

Вероятность альтернативного развития отрасли, по ее мнению, была. «Если бы не был взят курс на больший контроль за СМИ, эволюция внутренней цензуры шла бы более длительным путем, — говорит она. — Развитие рынка по альтернативному сценарию могло пойти, если бы операторы не начали демпинг цен на услуги для абонентов, обесценивая услугу платного ТВ. Сейчас они сами стали заложниками этой гонки. И нас, правообладателей, вынудили включиться в нее. Если бы не этот факт, оператор мог бы предлагать более широкие пакеты и каналы могли бы больше средств вкладывать в совершенствование продукта».

Конкуренция, считает Алла Лазовская, значительно выросла в разрезе каждой тематики, идет борьба за зрителя. «Выживают самые сильные бренды и самые востребованные продукты, — утверждает она. — Многое также зависит от того, насколько наше государство даст возможность присутствия зарубежного контента наряду с каналами российского производства. Надеюсь на разумный баланс, и что зрительские предпочтения будут играть доминирующую роль».



Алексей Шишов,
председатель совета директоров группы компаний «В-Люкс»

«Огромный импульс развитию рынка платного телевидения в

стране дало минимальное на первых порах вмешательство государства. Был всплеск стартапов, строились кабельные сети, начинали вещать новые телеканалы. Рынок бурно развивался, становился привлекательным для инвестиций. А потом началось избыточное администрирование.

Из ключевых моментов я бы отметил стремительное, революционное развитие технологий. Многоэкранность, появление OTT-сервисов, IPTV, новых технологий доставки телевизионного сигнала и новых сред его распространения. У нас была возможность оказаться в числе мировых лидеров в области телекоммуникаций, если бы нам наши же чиновники и законодатели не начали создавать барьеры через сертификацию и прочее.

В области программирования и программных продуктов Россия свою конкурентоспособность сохранила. Но в сочетании этого ПО с «железом» наши позиции за последние 25—30 лет сильно ослабли. Если раньше мы были способны делать полную технологическую линейку

продукции, то сегодня этой возможности уже нет. Есть отдельные компании, которые пытаются это сделать, но их по пальцам одной-двух рук сосчитать можно. Это — упущенные возможности.

Мы могли с учетом больших инвестиций сами себя поддержать. Но у нас ведь колоссальные барьеры перед экспортом. Когда-то мы подписали первый контракт с немецкими партнерами на продажу им усилителей в количестве 300—500 штук из их комплектующих. В министерстве на условиях «особых связей» только за разрешительную процедуру попросили 300 тыс. долларов. А это было сопоставимо со всем предполагаемым объемом продаж.

Этой истории больше 15 лет. Настолько наша страна не поддерживает собственных экспортеров. В Китае, например, к любой мелкой фирме «цепляются», фактически за государственный счет, экспортные компании, которые занимаются подготовкой продукции к экспорту, упаковыванием за 2—5%. А у нас вымогают деньги за преодоление нечеловеческих бюрократических барьеров. И это продолжается до сих пор.

Сейчас в очередной раз стало лозунгом импортозамещение. Но если 20 лет не заниматься развитием элементной базы, если «задавить» с помощью бюрократических процедур отечественных производителей, то, конечно, возродить их будет достаточно сложно. В то же время, несмотря на введенные санкции, иностранные компании делятся на несколько непропорциональных частей. Первая группа, 5—10%, сворачивает бизнес в России, потому что страхование ысворачивается, банки привлекать все сложнее. 70—80% ведут себя, как будто ничего не происходит, хотя их откровенно выдвигают. А еще 10—15% используют слабость конкуренции на рынке для увеличения собственной доли путем локализации и расширения.

В перспективе нас ожидает объединение на общей площадке в единую среду всех телекоммуникационных технологий. Раньше были телефонисты отдельно, телевизионщики отдельно, «мобильщики» отдельно. Сейчас же все между собой конкурируют и борются на всех видах носителя, на всех видах устройств за внимание целевой аудитории. Но это происходит еще и при высокой степени концентрации бизнеса в руках ограниченного круга компаний. Конечно, у нас сформировалась олигопольная модель. Крупные компании контролируют львиную долю рынка, а остальных игроков много, но они не играют существенной роли». ■

Материал подготовлен редакцией «Теле-Спутник»