

# Жизнь на три доллара

Валерий Кодачигов, заместитель редактора отдела «Технологии и телекоммуникации» газеты «Ведомости»

*О том, что платное ТВ в России одно из самых дешевых в мире, не говорил и не говорит только ленивый. Вот недавно с цифрами в руках это доказала TelecomDaily.*



По подсчетам компании, в 2017 году россияне в среднем платили за то, чтобы смотреть телевизор, \$2,95 в месяц (по курсу ЦБ на 31 декабря 2017 года). Для сравнения: в США эти траты составляют более \$112 в месяц, в Австралии и Канаде — \$67, в Великобритании — \$44. Мы же, скорее, ближе к Индии, где ARPU платного ТВ — чуть менее \$4 в месяц.

Причина такой дешевизны, в общем-то, хорошо известна. За годы конкуренции между операторами на российском рынке платного ТВ тарифы снизились до символических. Привлечь новых подписчиков провайдеры пытались любой ценой. И это удалось — проникновение услуги по домохозяйствам в России приблизилось к 75%, как пишет TelecomDaily. Вот только как монетизировать эту гигантскую абонентскую базу, совершенно непонятно. Очевидно, что номер с повышением «в лоб» тарифов на рынке в его нынешнем состоянии не пройдет. Причина в конкуренции — только операторов спутникового ТВ в России четыре. А еще есть «Ростелеком», прокладывающий свой оптический кабель туда, где никаких проводов не было в принципе. Поднимешь цены — и абоненты тут же побегут к другому оператору.

Естественно, давит на рынок и государственное цифровое эфирное ТВ с более чем 20 бесплатными каналами, хорошим кино и футболом. Да, устраивает этот набор не всех, но кто-то предпочитает вовсе не платить за телепросмотр, чем платить хоть что-то своему оператору.

Дополнительные услуги? Операторы говорят о них как о драйвере роста выручки уже не первое десятилетие. Но герой, который встал и заявил бы и на какой-нибудь конференции: «Да, мы заработали на дополнительных сервисах кучу денег!», пока не появился.

А все робкие попытки российских операторов как-то войти в медиабизнес и самим производить то, что предполагается

показывать зрителям, успехом (во всяком случае громким) пока не увенчались.

Схожие проблемы и у сотовых компаний, выручка которых если и не падает, то растет едва-едва. Взять новых абонентов неоткуда, поднять отдачу от существующих — тоже. Также пока на этом рынке дополнительные услуги, вроде платежных сервисов или умного дома, к примеру, погоды не делают. И разговоры о том, что пора перестать быть «трубой» для прокатки контента и залить в эту трубу что-то свое, пока приводят мало к чему.

Возможно, решением задачи и для сотовых операторов (а также других связистов), и для провайдеров платного ТВ станет интеграция в экосистемы. Российские участники рынка вспоминают, как в прошлом году монстры китайской интернет-экономики, среди которых Alibaba, Tencent, Baidu, инвестировали в сотового оператора China Unicom, то есть фактически стали совладельцами той среды, в которой существуют их интернет-магазины, моментальные платежи и прочее. В России сопоставимых по масштабу экосистем пока нет. Но попытки создавать их уже налицо. К примеру, в прошлом году начал работу виртуальный сотовый оператор Сбербанка «Поговорим». По

сути это способ удерживать клиентов банка в его орбите. Сейчас можно оплачивать услуги связи бонусами Сбербанка, а в дальнейшем, скорее всего, появятся новые продукты на стыке финансов и телекома, обеспечивающие лояльность пользователей.

Ситуация, в которой операторами платного ТВ со временем начнут управлять телеканалы, их крупные рекламодатели или те же банки, не кажется такой уж невероятной. Благо у провайдеров есть не только абстрактная возможность доставить некое послание потребителям, но и эти самые потребители. Многомиллионные абонентские базы, которые они собрали благодаря символическим тарифам. Вместо того, чтобы зарабатывать копейки, операторы могут перестать зарабатывать вообще, если будут обеспечивать connectivity участникам рынка, зарабатывающим на чем-то другом. Причем работать себе в убыток сколь угодно долго. А прибыль приносил бы, например, какой-нибудь «Телевизионный банк». Такой проект стал бы по-настоящему мощным российским изобретением. Да, американским операторам, скорее всего, так крутиться не придется в голову. Но жизни при ежемесячном платеже абонента меньше \$3 они тоже себе не представляют. ■

