

# Роль телевидения в гостиничном бизнесе

Беседовал Алексей Дерик

*Хотя телекоммуникационные услуги на рынке B2C в нашей стране развиты довольно хорошо, гостиничным кабельным сетям на фоне коллег на Западе еще есть куда расти. Александр Федоров, CEO компании «ТВ Системс», рассказал «Теле-Спутнику» об особенностях рынка сетей гостиничного телевидения в России.*



**Как давно ваша компания работает на рынке предоставления ТВ-услуг в отелях? И что изменилось за это время?**

Мы занимаемся гостиничным телевидением с 2001 года. Конечно, многое за это время коренным образом поменялось. На текущий момент рынок выглядит совсем иначе, чем даже пять лет назад. Изменились техника и сам подход к восприятию услуги телевидения. Для примера, еще лет пять назад в отелях были популярны платные услуги Video-On-Demand (VOD, видео по запросу) и Pay TV (демонстрация фильмов по расписанию). Соответственно, гостиницы рассматривали наличие этого функционала как один из важных факторов при выборе решения. Но в последнее время он перестал быть востребованным.

С другой стороны, сейчас растет популярность функции Mirroring — соединения ТВ-приемника со smart-устройствами гостей: смартфонами, планшетами и т. п. К примеру, с использованием решения Mitel iConnect гость может с телефона управлять телевизором, транслировать фильмы с устройства на большой экран. Функ-

ция эта вполне укладывается в общее стремление отелей улучшить взаимодействие с гостем, в том числе за счет объединения различных инструментов в единую информационную систему. Они стремятся к тому, чтобы гость подключился к информации отеля, еще находясь у себя дома. Через смартфон он мог бы заказывать дополнительные услуги в номер, трансфер из аэропорта. Вплоть до того, что он мог бы воспользоваться встроенным в смартфон ключом. С позиции двухлетней давности это кажется космическими технологиями, но в ряде гостиниц все это уже внедрено. Причем стоимость внедрения далеко не так высока, учитывая, что смарт-функции позволяют еще и экономить за счет переноса всех коммуникаций на смартфон гостя — на отказе от стандартной телефонной станции и телефонных аппаратов в номерах.

**Иными словами, гостиничное телевидение само по себе теперь не монетизируется?**

Платные услуги исчезли практически на 100%. По пальцам можно пересчи-

тать гостиницы, которые продолжают предлагать Pay TV и VOD. И причин тому несколько. Во-первых, в нашей стране этот сегмент сильно зарегулирован, контент для гостиничного телевидения должен получать точно такие же разрешительные документы, как и прокатная организация для показа в кинотеатре. Ну и во-вторых, сократился спрос. Для просмотра фильмового контента любой тематики люди все больше пользуются не экраном телевизора, а планшетом или смартфоном. Персональные устройства дают возможность смотреть контент на приличном по размеру экране и пользоваться уже имеющимися сервисами и подписками. Также нет необходимости при выселении из гостиницы оплачивать счет с формулировкой «за мультимедийные услуги» или «просмотр фильмового контента». Поэтому в текущий момент практически не осталось гостиниц, которые рассматривают Pay TV и VOD как источники дополнительного дохода.

Все борются за гостя — он должен в принципе оказаться в гостинице. Согласно регулярно проводимым опросам, первое, на что обращает

внимание гость, — это стабильно работающий Интернет и его скорость. Есть хороший Интернет — больше вероятность, что человек заселится. И лишь где-нибудь на пятом-шестом месте в списке приоритетов стоит телевидение. На фоне этого никому не приходит мысль делать каналы или фильмы платными.

**Пытаются ли гостиницы взаимодействовать с OTT-сервисами для продвижения платного контента?**

Лично я пока совместных проектов не встречал. Для большинства гостиниц крайне важно предоставить сервис и удобнее не участвовать в процессе легализации прав на контент. Поэтому в последнее время регулярно слышишь от гостиниц вопросы о том, легален ли контент, можно ли его транслировать и надо ли за это платить. К примеру, канал в свободном доступе, но не имеет представительства на территории России — можно его транслировать или нет? Гостиницы хотят работать в правовом поле, и некое законодательное разъяснение помогло бы этому.

**С точки зрения абонентского обслуживания телевидение в гостиницах как-то отличается от классического КТВ для частных абонентов?**

Да. На сегодняшний день 80% гостиниц закупают специальные ТВ-приемники, ориентированные именно на гостиничный бизнес. Производители — как правило, это LG, Samsung — предлагают данному рынку специальные условия технического обслуживания, увеличенный срок гарантии. Плюс по своему функционалу они отличаются от обычных бытовых. Например, в них могут быть встроены декодеры DVB-C или IP, интегрированы функции клонирования телевизора или ограничения настроек для пользователя, что для гостиницы может оказаться полезным.

Стоимость данных телевизоров не сильно отличается от цен на обычные бытовые, а предлагаемые условия обслуживания и дополнительные функции значительно облегчают жизнь технического персонала отеля.

Правильно выбранный телевизор — ключ к тому, как реализуется гостиничное телевидение в отдельном отеле. Если отель купит специализированный гостиничный

телевизор — это одни технологии (IP, DVB-C, Interactive TV), а победит в ближайший магазин электроники за бытовым — о многих возможностях придется забыть. Гостиничный телевизор — это необходимый минимум для реализации дополнительных функций и сервисов.

телевизор — это одни технологии (IP, DVB-C, Interactive TV), а победит в ближайший магазин электроники за бытовым — о многих возможностях придется забыть. Гостиничный телевизор — это необходимый минимум для реализации дополнительных функций и сервисов.

**Но головные станции в принципе, наверное, ставят только крупные гостиницы?**

Да. Недорогие гостиницы, строящиеся без каких-то стандартов, чаще всего пользуются эфирными каналами в DVB-T2. Им достаточно приема и усиления федерального пакета из 20 каналов с эфирной антенны, то есть не нужна никакая головная станция. Достаточно принять сигнал с помощью дециметрового антенны и без каких-либо корректировок посредством распределительной сети донести до абонентских устройств.

В принципе, существует и некоторый промежуточный пласт — не крупные гостиницы, ориентированные на зарубежных гостей, которые используют эфир, но не ограничиваются каналами DVB-T2. У них возникает потребность в приеме и декодировании спутниковых каналов, дополнении этими каналами пакета T2, то есть появляется уже головная станция.

Следующий уровень — это гостиницы, которые хотят видеть большой ассортимент спутниковых каналов, эфирный пакет и иногда интерактив, о которых мы говорили выше. Популярностью пользуются две станции Comcast с DVB-C-выходами, но чаще востребованы IPTV-решения.

**Какой сервис должен быть у поставщика или производителя ТВ-оборудования для отелей?**

Для гостиницы крайне важно получать техническую поддержку 24/7. Не работающий телевизор — это невозможность сдать номер, а значит — прямые потери. Порой возникает потребность в оперативной коррекции списка каналов. При заселении в отель национальной делегации иногда приходится, например, добавлять каналы с национальной языковой поддержкой. Современные головные станции допускают мони-

*Гостиницы не заинтересованы в том, чтобы выносить свою коммерческую информацию куда-то в облако. Отели, которые очень серьезно защищают все внешние интерфейсы, стараются оставить все данные внутри гостиницы. В итоге активного развития облачных сервисов не видно.*

**Как вы считаете, есть какие-то перспективы у 4K в гостиницах?**

Лично мое мнение: 4K — это та же «фишка», что и 3D в свое время. Был всплеск интереса в отрасли к автостереоскопическому 3D. После этого у нас было несколько запросов на продажи подобных телевизоров, но они носили разовый характер, и речь шла не о полном оснащении, а о поставке этих телевизоров в люксы и т. п. Но на этом все закончилось.

На текущий момент для гостиниц актуальны HD и достаточное количество каналов. И это можно увидеть далеко не во всех российских отелях, в отличие от европейских.

телевизор — это одни технологии (IP, DVB-C, Interactive TV), а победит в ближайший магазин электроники за бытовым — о многих возможностях придется забыть. Гостиничный телевизор — это необходимый минимум для реализации дополнительных функций и сервисов.

**Какие стандарты и технологии используют гостиницы для организации телевидения?**

Условно гостиничное телевидение можно разделить на два класса. Во-первых, это телевидение DVB. Головная станция осуществляет прием и преобразование спутникового DVB-S/S2-сиг-

торинг и управление параметрами удаленно.

### 🔗 Можно ли как-то классифицировать решения для гостиничного ТВ?

Классификация как таковая отсутствует. Обычно производитель выпускает всю линейку оборудования для головной станции — все компоненты. Единственное исключение — интерактив. Middleware с интерактивными функциями и, соответственно, приемом IPTV на специализированные телевизоры или приставки чаще занимают отдельные компании, пусть и дружественные какому-либо производителю. Обратные примеры — скорее, исключение. Но когда компания, умеющая делать головные станции, использует свою экспертизу для разработки ПО, получаются очень неплохие продукты.

### 🔗 Вы упомянули, что платное телевидение уже не пользуется спросом в гостиницах. А пытаются ли отели конкурировать за счет контента — включать у себя какие-то нестандартные каналы?

На мой взгляд, нет. Везде транслируется очень похожий пакет телевизионных программ. В основном гостиницы хотят видеть музыкальные, новостные и детские каналы, и их список от гостиницы к гостинице не сильно меняется.

### 🔗 Как выглядит участие на этом рынке операторов платного телевидения?

На рынке контента для гостиниц активно работают три спутниковых оператора, каждый из которых имеет свои предложения: «НТВ-Плюс», «Триколор ТВ» и МТС. Последние объявили

о своем выходе на рынок гостиниц и корпоративных клиентов в этом году на выставке CSTB.

### 🔗 Выше шла речь о спутниковых операторах. А предоставляют ли здесь услуги их коллеги из сегмента КТВ?

Мы периодически сталкиваемся с некими наземными операторами, которые пытаются зайти в гостиницы. Но не всегда такие операторы обладают всеми необходимыми лицензиями. В частности, мы сталкивались с ситуацией, когда кабельный оператор покупает права у «НТВ-Плюс» на трансляцию для частных лиц и перепродает этот пакет в гостиницу с низким ценником, фактически демпингуя перед своим же поставщиком контента. В конечном счете выбор за покупателем, то есть гостиницей, которая должна как минимум знать о рисках, возникающих при такой работе. Достаточно серьезная гостиница обязательно заинтересуется юридическими основами работы и не подключит себе такой пакет.

### 🔗 А крупные операторы, предпочитающие работать легально?

Проблема некоторых крупных операторов — тех, кто избрал путь IPTV, — в том, что их решения «заточены» на использование приставок. В условиях гостиниц наличие дополнительного устройства крайне неудобно с точки зрения технического обслуживания. И даже несмотря на заманчивое предложение — возьмите приставку за 1 рубль, только заплатите нам за контент, — все равно это получается дороже, чем принять эфирные каналы с DVB-T2 или бесплатные зарубежные спутниковые каналы. (Есть ряд каналов, которые можно транслировать бесплатно, заключив договор с правообладателями.)

Даже если внутренняя головная станция в гостинице не строится, а используется сигнал оператора, чтобы прийти в гостиницу, КТВ-компания тратит дополнительные средства (привозит какое-то оборудование, развертывает сеть), которые потом будет возвращать через абонентскую плату.

### 🔗 Как выглядит типичная IPTV-сеть в гостинице?

Ядром такой сети традиционно является сервер, предоставляемый поставщиком ПО или закупаемый локально, с middleware, обеспечивающим трансляцию IP-сигнала и дополнительные сервисы.

На текущий момент на рынке работают как минимум два производителя телевизоров с IP-декодерами — LG и Samsung. Производители телевизоров предоставляют SDK или открытый API для IPTV. А типичное middleware пишется с учетом стандартов, реализованных в этих телевизорах.

### 🔗 Как гостиницы подходят к выбору middleware для IPTV?

Здесь рынок опять же можно поделить на два направления. Одна часть — это гостиницы, относящиеся к крупным международным сетям: Hilton, Marriott, Sheraton и другим. У них предусмотрены стандарты, в которых прописаны допустимые к применению системы интерактивного телевидения. Обычно список включает несколько производителей, ориентированных именно на этот рынок.

В России, как правило, собственник отеля самостоятельно выбирает систему интерактивного телевидения для своего отеля, и часто этот выбор не

Technology with a clear signal effect – for reception and communication

axing

Competence in Communication Technologies

AXING AG

www.axing.com  
Phone +7 926-0147744

avfed@me.com  
info@axing.com

- Headends
- CATV amplifiers
- Multiswitches/SAT-IF
- SMARTSolutions
- Accessories
- Optics

соответствует рекомендациям управляющей компании.

Всего на рынке работает до 10 различных брендов, предлагающих системы интерактивного телевидения для гостиниц.

**Какие дополнительные сервисы популярны в гостиницах и влияет ли их набор на выбор поставщика ПО?**

От системы к системе набор сервисов практически идентичен. Обычно это:

- страница приветствия;
- будильники с использованием режима пробудки ТВ-приемника – автоматический будильник, не завязанный на человеческий фактор; фиксация отключений звукового сигнала позволяет в случае опоздания гостя на самолет доказать, что в этом не было вины гостиницы, – так отель может избежать претензий;
- индивидуальные и групповые сообщения;
- вывод счета – это удобно, если в процессе проживания идет не списание с кредитной карты, а зачисление на номер с расчетом при выписке, как принято в крупных гостиницах;
- вывод дополнительной информации о гостинице и ее сервисах;
- goom service – заказ блюд, билетов и прочего в номер.

эти потребности, и теперь он повторяется у всех производителей, добавились только сервисы связи с мобильными устройствами.

Для реализации упомянутого функционала требуется стыковка с внутренним ПО гостиницы, так называемым PMS. Чаще всего стыковка производится с PMS-системами Libra и Opera.

**А небольшим гостиницам интерактив сколько-нибудь интересен?**

Практически нет. Интерактивом интересуются только небольшие отечественные гостиницы премиум-класса, которые ориентированы на бизнесменов или дополнительные дорогие виды отдыха – яхтинг, горнолыжный спорт и т. п. В этом случае интерактив используется для продвижения своих сервисов и оказания дополнительных услуг, ну и возможности лишней раз сказать: «У нас это есть, а у соседей – нет».

**Middleware для гостиничного IPTV ставится на стандартные промышленные серверы или на какое-то специализированное оборудование?**

В 90% случаев это стандартный сервер, к которому предъявляются определенные требования по надежности и производительности:

навливаясь другая ОС, но суть от этого не меняется. К примеру, есть законченные решения от производителей телевизоров – Samsung LYNK REACH или LG Pro:Centric V.

**Раз речь идет о программных решениях, вероятно, здесь развиваются облачные сервисы? Пользуются ли они популярностью?**

Гостиницы не заинтересованы в том, чтобы выносить свою коммерческую информацию куда-то в облако. Отели, которые очень серьезно защищают все внешние интерфейсы, стараются оставить все данные внутри гостиницы. В итоге активного развития не видно. Возможно, еще просто не пришло время.

Надо учесть, что стоимость локально устанавливаемых решений сегодня невысока. Большинство гостиниц в состоянии себе их позволить, тем более что поставщики предлагают разные схемы по платежам.

**Есть ли какой-то заметный вектор развития гостиничного ТВ сегодня?**

В последнее время все стараются переходить на IP, поскольку гостиницам это дает большую гибкость. Причем производители предлагают middleware для IPTV с минимальным набором функций довольно дешево. Да и дополнительные функции стоят недорого.

Однако большое количество гостиниц обладают только коаксиальными сетями. Качество коаксиальных сетей очень разнится. Встречаются здания с практически идеальными сетями, с ГОСТовским кабелем, а бывает, что изначально сеть строили непрофессионально, да и за годы эксплуатации не прикладывали усилий, чтобы что-то улучшить. Можно даже соединения на скрутке найти.

При этом гостиницы испытывают технические сложности с прокладкой нового кабеля в номера.

**А какого рода сложности? И есть ли для них решения?**

Это всегда связано с реновацией – с ремонтом, финансовыми потерями из-за закрытия номеров и отсутствия гостей. Но решение есть – использовать существующую инфраструктуру. К примеру, у компании Axing есть довольно экономичное решение, организуемое Ethernet, достаточный для IPTV, по существующему коаксиальному кабелю. Это не DOCSIS, а Ethernet over coax (EoC). DOCSIS отличается высокой стоимостью головного оборудования. У EoC стоимость

*Телевизор – ключ к тому, как реализуется гостиничное телевидение в отдельно взятом отеле. Если отель обратится в ближайший магазин электроники за бытовым телевизором – о многих возможностях придется забыть.*

Основной функционал крутится вокруг того, чтобы реализовать несколько возможностей:

- предоставить гостю информацию о проживании, о его счете;
- продать гостю сервисы отеля или других поставщиков;
- развлечь гостя, обеспечив удобную навигацию по ТВ-каналам, а иногда и сервис VOD;
- подключить гаджеты гостя к ТВ-приемнику;
- обеспечить техническое обслуживание номера.

Много лет назад сформировался набор функций, который удовлетворял

два HDD, дублирующих друг друга, источник бесперебойного питания, резервирование и т. д. Такое оборудование покупается у локального дистрибьютера Lenovo, HP, Dell и других. Таким образом, гостиничное телевидение – это по большей части программное решение, которое устанавливается на стандартный сервер.

Гораздо реже встречается ситуация, когда поставщик предлагает готовый сервер с предустановленным middleware. Все это, конечно, может быть облечено в некую оболочку, но внутри те же самые процессоры Intel, жесткие диски SATA и т. п. Может уста-



всех элементов ниже. При этом абонентские устройства дополнительно оснащены точками доступа Wi-Fi. Передача данных может осуществляться с использованием VLAN и VPN. Поддерживается технология IGMP. Питание абонентского устройства может осуществляться по технологии PoE или от ТВ-приемника. Уже есть проекты, работающие более трех лет, где свыше 150 номеров подключены к услугам интерактивного и IP-телевидения с использованием данной технологии.

Мой знакомый в Германии, который занимается подобными инсталляциями, говорит о том, что у них реализуется более 100 проектов в год по реновации гостиниц с переходом на Ethernet по коаксиальному кабелю, в первую очередь в самой Германии, где хорошо умеют считать деньги.

**Насколько я помню, существовали стандарты передачи данных даже через провода электропитания. У нас в гостиницах не используются такие решения?**

В России, к сожалению, качество исполнения электрических кабельных сетей и отсутствие грамотной технической документации на них в гостиницах не позво-

ляют в полной мере эксплуатировать эту технологию. Передача данных работает на одной фазе и при соблюдении расстояний. А у нас если по схеме кабель из щитовой должен прийти в какой-то номер, он не всегда там окажется. Еще одна проблема — не самая лучшая помехозащищенность. Замеры показывают, что в гостинице эта технология сложно реализуема, хотя в каких-то других условиях она вполне имеет право на существование.

**Вы упомянули наследуемые сети. А наследуемое оборудование — старые телевизоры, головная станция — проблема?**

Безусловно. Но модернизация постепенно идет, несмотря на то, что ресурс оборудования не выработан.

Телевизоры достаточно надежны, и гостиницы чаще меняют их из-за морального устаревания, а не по выходу из строя. 80% CRT-телевизоров уже заменены на LCD, и у них есть как минимум поддержка DVB-T, а это уже возможность организации трансляции цифрового сигнала в кабельной сети.

Огромное количество головных станций на текущий момент принимают только спутниковое телевидение стан-

дарта DVB-S и не работают со стандартом DVB-S2 — мы достаточно много получаем запросов на замену или расширение до DVB-S2.

Однако нам еще есть куда стремиться. Проживая, допустим, в европейских гостиницах, я встречаю старые телевизоры, но практически всегда там от 60 до 100 каналов HD-качества. У нас в гостиницах часто транслируется аналоговый сигнал, виден шум на экране, на некоторых каналах сигнал может вообще отсутствовать. Связано это с тем, что на телевидение редко выделяются бюджеты. Часто даже после приобретения объекта гостиничной сетью новый собственник в течение многих лет не вкладывается в модернизацию и техническое обслуживание.

**Наблюдали ли вы какие-то всплески интереса к обновлению сетей гостиничного телевидения в преддверии ЧМ-2018?**

Да, многие гостиницы накануне ЧМ-2018 проводят реконструкцию и модернизацию сетей. Часть гостиниц модернизируют парк телевизионных приемников. ■

Going future today.



70 успешных лет на рынке  
Лидер продаж головных станций в Германии  
Немецкое качество




## U224

профессиональный  
кабельный модулятор  
IP to RF/PAL (SECAM)



Новинка!  
24 канала

Первоклассное немецкое оборудование  
по небывало доступной цене

Детальная техническая информация на сайте: [www.konturm.ru](http://www.konturm.ru)



Digital broadband communications

Россия, 129344, г. Москва, ул. Искры, д. 9, корп. 2, тел./факс: +7 (495) 221-8188  
e-mail: [info@konturm.ru](mailto:info@konturm.ru) <http://www.konturm.ru>