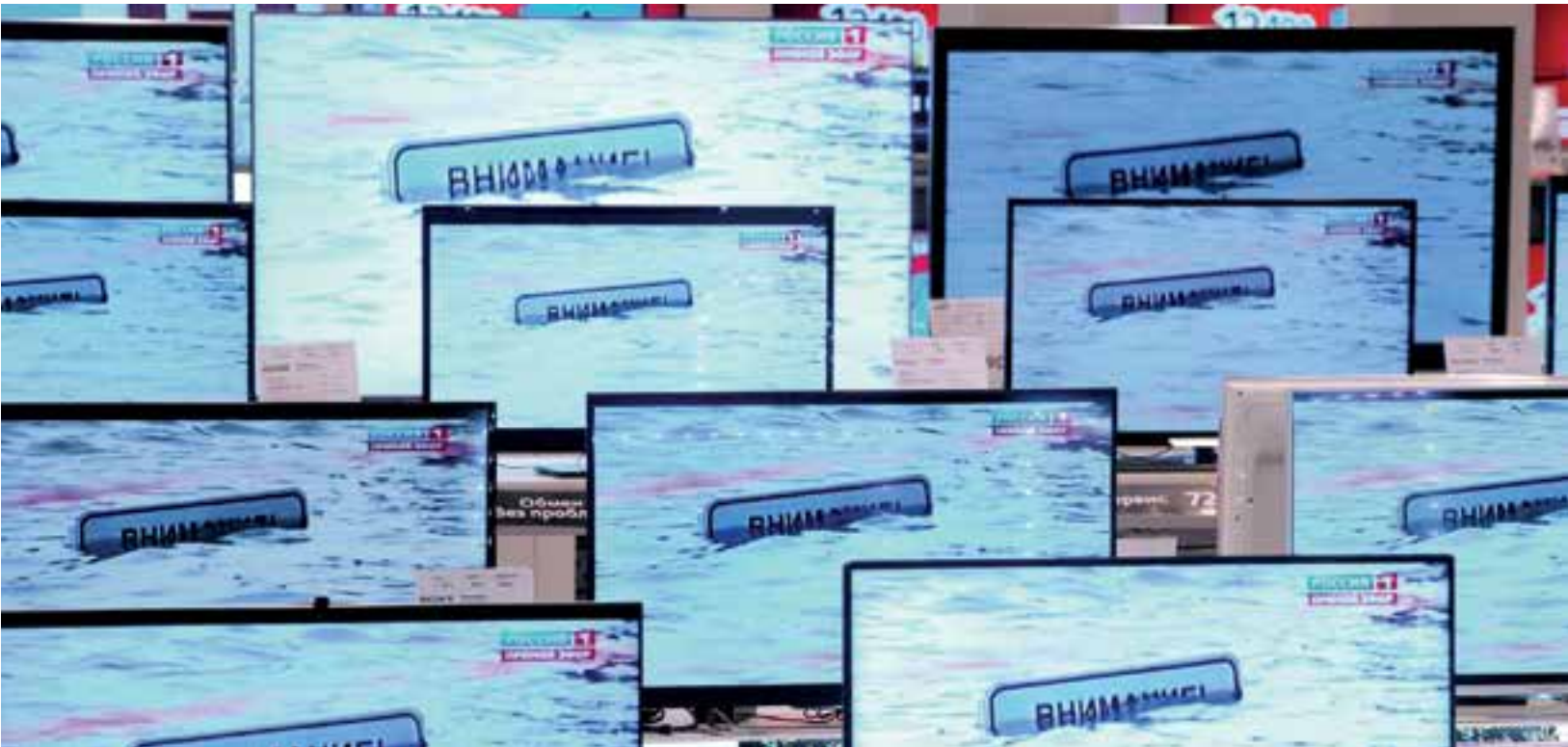




ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТВ-КОНТЕНТА СТАЛО НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ УСЛУГ ОПЕРАТОРОВ ШПД

и по-разному реализуется: как правило, запись происходит на приставку, но, например, у «Ростелекома» не требуется держать ТВ-приставку включенной, хранение контента организовано на серверах оператора.

МТС, имея в Воронеже довольно широкое покрытие и большое количество абонентов кабельного аналогового ТВ, в начале 2015 года планирует перестройку сети и переход на цифровое. С одной стороны, это позволит повысить качество сервиса и средний счет абонента, с другой — требует значительных инвестиций. «Цифровое телевидение предлагает абонентам высокое качество изображения и звука, возможности управления просмотром и приема каналов в высоком разрешении, — рассказали в пресс-службе МТС. — Будущее развитие ТВ-сегмента — за универсальными услугами на базе проводного или мобильного доступа к видеоконтенту с любого устройства: от стационарных телевизоров до смартфонов и планшетов».

В 2014 году «Дом.ru» вывел на рынок ТВ-приставку второй версии, которая по сути является «экраном на сервер», что позволяет экспериментировать с сервисами, требующими высоких вычислительных мощностей. Так, в конце 2014 — начале 2015 годов планируется ввести игровую платформу, позволяющую, подключив джойстик к приставке, запускать современные игры различных жанров.

Провайдеры также стараются расширить дополнительные функции. Например, услуга «Родительский контроль» позволит ограничить телепросмотр по возрастным ограничениям (есть у «Ростелекома» и «Билайна»). «Ростелеком» предлагает сервис «Караоке» на ТВ-приставке. По сообщению компании, спрос на караоке носит сезонный характер: рост продаж ожидается традиционно в канун нового года.

«В Черноземье уровень конкуренции достаточно высок, если мы говорим об област-

ных центрах. Борьба за клиента усложняется, и для его удержания становится все более важным качество оказания услуг с учетом нескольких факторов. В этом плане важные с точки зрения потенциала доходности дополнительные услуги не так значимы, как бесперебойность, высокая доступность и качество работы службы поддержки, — полагает Алексей Бойко. — Конечно, это не означает, что наличие допугслуг вообще не влияет на конкурентоспособность. Постепенно некоторые из них начинают восприниматься аудиторией как базовые. Важно внедрять именно такие услуги, ориентируясь на спрос клиентов, тогда как наличие нишевых услуг, таких как караоке, вряд ли стоит брать в расчет как конкурентный фактор».

Развивая идею мультискранности, крупнейшие провайдеры проводной и мобильной связи расширяют предложение платного ТВ и для своих мобильных абонентов. К примеру, «Билайн» в 2014 году и МТС в 2011-м запустили приложение для мобильных устройств на базе iOS и Android, позволяющее не только смотреть более 90 ТВ-каналов, но и «подписаться» на фильмы или сериалы. Абонентов привлекают также дополнительными бонусами, например, при использовании приложения интернет-трафик в сотовой сети бесплатен.

Среди инновационных разработок операторов, которыми они рассчитывают привлечь абонентов, можно отметить и программу для смартфонов/планшетов, позволяющую превратить устройство в пульт управления телеприставкой («Дом.ru»).

СРЕДНЯЯ ТЕМПЕРАТУРА ПО СЕТИ Воронежские провайдеры продолжают отчитываться о росте рынка. Общий рост числа активных абонентов, по различным оценкам, составил примерно 30% в текущем

году. Воронежский филиал «Вымпелкома» сообщил о росте количества частных клиентов более чем в два раза с 2011 года, когда было закончено массовое расширение покрытия (96% домов от пяти этажей). С 2011 года количество абонентов ТТК в Черноземье увеличилось более чем в три раза за счет выхода в пять новых городов региона. За последний год более чем в три раза выросло число абонентов цифрового ТВ МТС в Центральной России (в том числе в Черноземье). При этом доля зрителей цифрового ТВ среди всех подписчиков телевидения МТС достигла 35%.

Именно расширение абонентской базы платного телевидения дает рост рынка. Так, «Билайн» оценивает примерно в 70% количество пользователей платного ТВ от собственной абонентской базы ШПД. Более 50% абонентов ТТК подключены к пакетному тарифу интернет+ТВ. А среди новых абонентов МТС более 80% выбирают сразу пакетное предложение в комплекте с телевидением.

«Многие говорят, что не смотрят телевизор, однако бывает, что даже у них он работает в фоновом режиме. И темп подключений к услуге платного ТВ говорят о росте спроса, — заметил Александр Гольняк, директор воронежского «Вымпелкома». — Пакетные предложения — интернет+ТВ — пользуются все большей популярностью, они выгодны по цене. Парк телевизоров постепенно обновляется, а на моделях с большими экранами цифровое качество сигнала заметно повышает комфорт от просмотра. Можно предположить, что рост спроса на платное телевидение со временем будет только увеличиваться». Наиболее востребованными в ближайшем будущем, по оценкам «Дом.ru», будут две функции: «архив», который дает возможность смотреть программы или фильмы после эфира, и мультискрин, позволяющий потреблять теле-

контент с того устройства, которое находится под рукой, — смартфона, планшета или ПК.

В последний год заметного роста ARPU (средний счет абонента) не отметил ни один оператор. Например, в воронежском филиале «Вымпелкома» сообщили о росте ARPU «не более чем на 10% за год». При этом увеличение выручки дает «прирост абонентской базы», а не сбор с одного абонента. Отметим, что в третьем квартале 2014 года рост ARPU абонентов проводного интернет-доступа МТС в России вырос на 6,1%, до 328 руб., показатели в Черноземье находятся примерно на том же уровне. «Последний год наш показатель ARPU практически не меняется, выручка растет за счет увеличения количества абонентов», — подтвердили тренд в ТТК. «Ростелеком» и «Эр-Телеком» не стали раскрывать данные.

«Вкладывая средства, например, в постоянное поддержание высокого стандарта предоставления услуг, оператор вправе рассчитывать на рост доходов, в том числе связанных с переходом к нему абонентов конкурента и снижением оттока собственных клиентов. Также следует помнить, что даже более высокое качество предоставления услуг не позволяет выставлять премиальные цены за услуги. Они должны определяться исходя из рыночных условий и предложений конкурентов и в идеале быть чуть ниже средних по рынку значений — это поможет решать задачу наращивания рыночной доли. Ключ к невысоким ценам при высоком качестве — постоянный контроль операторов за операционными издержками и усилия по их снижению в расчете «на абонента», — считает Алексей Бойко.

Уже несколько лет цены на интернет-доступ не меняются и находятся на уровне 400–500 руб. в месяц, в то время как затраты провайдеров повышаются: стоимость содержания сетей растет примерно на 10–15% в год (электроэнергия, аренда площадей и прочее). ■

АБОНЕНТА ЗАМАНИВАЮТ НЕ ТОЛЬКО ЛИНЕЙНЫМ ПРОСМОТРОМ ТЕЛЕВЕЩАНИЯ, НО И АРХИВАМИ ПРОГРАММ, УСЛУГОЙ МУЛЬТИСКРИН