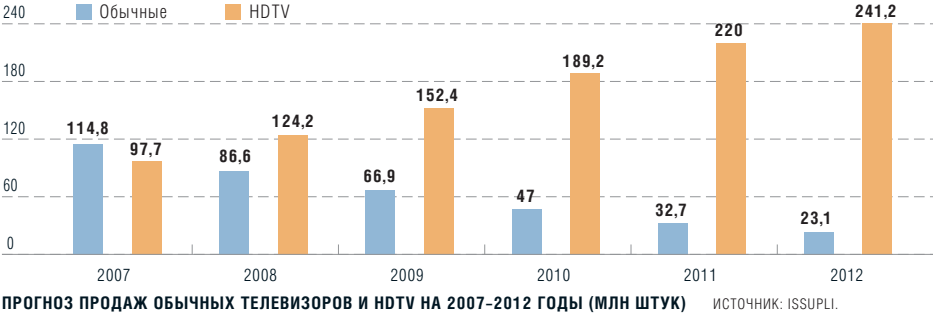


комплекта подключения для нового пользователя составляет 19 920 рублей. В эту сумму включены ресивер (16 920 рублей), карта условного доступа (1500 рублей) и аванс абонентской платы (1500 рублей). Уже подключенным, но ранее не смотревшим HD-каналы абонентам придется заплатить за ресивер 16 100 рублей. При этом ежемесячная абонентская плата за просмотр каналов, входящих в HD-пакет, составляет 300 рублей.

КАНАЛЬНАЯ БОМБА Несмотря на усилия по продвижению услуг телевидения высокой четкости, рынок HD-вещания в России пока еще не сформировался. «HD является новым продуктом. В этой связи оценить количество абонентов, которые подключатся к телевидению высокой четкости, нелегко. С точки зрения проникновения, сейчас около 30% ТВ-приемников поддерживают HDTV, и мы рассчитываем на их обладателей как на свою потенциальную аудиторию», — говорит Виктор Пинчук. «Сегодня сложно говорить об объеме российского рынка HDTV в денежном выражении по той причине, что услуга многими операторами только начала предоставляться», — считает пресс-секретарь «Комстара» Екатерина Невская.

По мнению участников рынка, его интенсивное развитие сдерживается по двум причинам. Во-первых, из-за необходимости приобретать телевизоры с поддержкой HD, что пока не все могут себе позволить. А во-вторых, из-за небольшого числа HD-каналов. Число действующих телеканалов высокой четкости (HDTV) в России к 2014 году вырастет до 62 против 7 в настоящее время, сказал президент российской Ассоциации телевидения высокой четкости и цифрового кино Герасим Гадиян на международной конференции по телерадиовещанию IBC-2008. Для сравнения: в Европе сейчас насчитывается 112 телеканалов HDTV. Ожидается, что уже к 2010 году число действующих телеканалов HDTV в России составит около 25 по сравнению со 196 в Европе. «В настоящее время количество каналов HDTV невелико. Соответственно, и количество абонентов тоже», — резюмирует гендиректор интернет-



провайдера NetbyNet Вадим Курин. — Но уже в следующем году мы ожидаем появления большого количества коммерческих каналов HDTV, транслирующих качественный «кассовый» контент».

Проблемы с контентом, действительно, есть, уверен Дмитрий Захаров: «Проблема в том, что не всегда на всех каналах картинка идет в полном формате, то есть с разрешением 1920x1080. Это связано с тем, что есть огромное число архивов, не переведенных в новый формат, а полностью вещать только в HD пока ни один канал не может. Думаю, полный переход на HD никогда и не состоится, потому что всегда по отдельным каналам будут показывать старый контент». С ним соглашается представитель «ВымпелКома» Елена Елпатова: «Спрос на HDTV только зарождается и пока не позволяет весь контент переводить на HD-рельсы. В свою очередь, высокая цена носителей с HD-контентом снижает спрос на HD-технику. Как только будет пройден этап накопления критической массы — все изменится. Так было и с DVD, которому понадобилось на становление более 5 лет: от появления первых DVD-плееров на рынке до появления дешевых азиатских и российских».

ТРАНСЛЯЦИИ В НИШЕ Мнения участников рынка о перспективах развития HDTV в России расходятся, как и прогнозы по срокам начала интенсивного роста потребительской аудитории этих услуг. «К концу 2009 года

в России будет не менее 70 тыс. абонентов HDTV. Это значит, что минимальный объем рынка при среднем ARPU в \$30 к концу 2009 года составит \$25,2 млн», — оценивает руководитель пресс-службы «Акадо-столица» Дмитрий Захаров.

В погоне за зрителем телевизионные каналы будут вынуждены переходить на формат HDTV. Первыми отреагируют коммерческие телеканалы, распространяемые через сети спутникового и кабельного вещания, считают эксперты. «Этот процесс уже начался. В следующем году мы ожидаем появления большого количества телеканалов в HD-качестве. Бесплатное эфирное вещание в обычном качестве сохранится еще длительное время, но вместе с тем и эфирные каналы будут вынуждены перейти на HDTV. В противном случае они просто потеряют часть зрителей, в первую очередь жителей больших городов с достатком не ниже среднего», — считает Вадим Курин. По его прогнозам, бурный рост абонентской базы HDTV начнется уже через два года. «Сколь массовой она станет сегодня сказать сложно, но из «ниши» эта услуга выйдет однозначно», — уверена Анастасия Казакова из «НТВ плюс». Иного мнения придерживается Екатерина Невская из «Комстара»: «Услуга будет становиться более популярной с ростом числа каналов и фильмов, а также увеличением HD-телевизоров у населения, но массовой вряд ли станет. Это привлекательный дополнительный сервис для премиум-сегмента наших пользователей».

ЗАХОД НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ Если оценивать переход на HDTV не в буквенно-числовом выражении, а в историческом контексте, то он равносильен переходу от черно-белого телевидения к цветному. Участники рынка отмечают, что внедрять в России телевещание высокой четкости нужно одновременно с переходом на цифровое телевещание. По-настоящему массовой эта услуга будет становиться в несколько этапов — в Москве в течение двух-трех лет, в городах-миллионниках за три-пять лет. Остальная Россия имеет шансы дождаться реализации государственной программы по цифровизации телевидения и радиовещания. О переходе на цифровые стандарты вещания задумались в России еще в 1999 году. Переход телевизионного вещания на цифровые технологии обеспечивает ускоренное развитие новых систем телевещания — телевидения высокой четкости (HDTV), мобильного телевидения и интернет-телевидения (IPTV). Тогда Министерство связи и информационных технологий (сейчас Министерство связи и массовых коммуникаций) предполагало, что строительство сетей цифрового вещания начнется в 2006 году и завершится к 2015 году, но концепцию в окончательном виде не приняли до сих пор. Нынешний министр связи и массовых коммуникаций Игорь Щеголев обещал, что федеральную целевую программу цифровизации, которая определит размер и источники финансирования, примут до конца 2008 года.

А пока предпосылок для оформления HDTV в самостоятельный продукт нет, считает госпожа Елпатова. То есть HD-телевидение по-прежнему сохраняет за собой статус нишевой услуги, резюмирует аналитик iKS-Consulting Елена Крылова. По ее оценкам, сейчас число пользователей HDTV-услуг не превышает 5 тыс. При оптимистичных прогнозах к 2012 году их количество составит порядка 160 тыс. Проникновение телевизоров, поддерживающих стандарты HD, в Москве не превышает 18%, к 2012 году оно достигнет 5% по всей России. Более оптимистичны в своих оценках эксперты «Коминфо Консалтинг»: по их мнению, сейчас проникновение терминалов, работающих в формате HDTV, на московском рынке составляет 5–7%, а к 2010 году этот показатель может достичь 20–25%. ■

МГТС ОТКРОЕТ ИНТЕРНЕТ-ШЛЮЗ со следующего года

МГТС БУДЕТ МОДЕРНИЗИРОВАТЬ СОБСТВЕННУЮ СЕТЬ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ IMS. КОМПАНИЯ ПЛАНИРУЕТ ОСНАСТИТЬ КВАРТИРЫ ДВУХ МИЛЛИОНОВ СВОИХ АБОНЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНЫМИ ТЕРМИНАЛАМИ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ТЕЛЕФОНИИ, ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ И ЦИФРОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ, ПОТРАТИВ НА НИХ \$50–90 МЛН.

АННА БАЛАШОВА, АЛЕКСАНДРА ХОДОНОВА

На данный момент абонентская база МГТС (66,9% голосующих акций принадлежит «Комстар-ОТС») составляет около 5 млн номеров. Из них 42% (около 2 млн) обслуживаются аналоговыми АТС. Как заявил президент «Комстара» Сергей Приданцев, компания не будет переводить в цифровой формат оставшиеся аналоговые АТС. Решить проблему с их модернизацией она намерена с помощью технологии IMS, которую начнет внедрять с 2009 года. Каждому абоненту, которого до сих пор обслуживает аналоговая АТС, предложат бесплатно установить домашний шлюз, имеющий подключение к телефонной розетке. С его помощью абоненту по умолчанию доступны услуги телефонии, интернета и цифрового ТВ.

Модернизация по технологии IMS позволит компании нарастить абонентскую базу в массовом сегменте широкополосного доступа в интернет, считает господин Приданцев. Размер капитальных затрат на модернизацию по технологии IMS в «Комстаре» не раскрывают, оговариваясь, что средняя стоимость абонентского шлюза составляет \$30–50. Согласно статистике, отмечают в компании, в среднем от установки шлюзов в своих квартирах отказывается 10–15% абонентов, таким образом, затраты «Комстара» на оборудование могут составить \$50–90 млн. Завершить проект планируют к концу 2011 года.

Целевая программа модернизации сети МГТС была одобрена постановлением правительства Москвы еще в декабре 2003 года и предполагала замену аналогового оборудования АТС на цифровое. Абоненты модернизированных АТС могут принимать и отправлять SMS, пользо-



ПОЧТИ ПОЛОВИНА АБОНЕНТОВ МГТС ОБСЛУЖИВАЮТСЯ АНАЛОГОВЫМИ АТС

ваться конференцсвязью, тоновым набором номера и другими услугами. На конец 2008 года цифровыми АТС будут обслуживаться 58% абонентов МГТС.

По итогам первого полугодия, по данным iKS-Consulting, «Комстар-ОТС» обслуживала 35% из 2,3 млн абонен-

тов в Москве («Акадо-Столица» — 21%, «Корбина Телеком» — 19%, NetByNet — 6%, Qwerty — 4%, около 15% — домовые сети). Эксперты говорят, что с помощью технологии IMS затраты «Комстара» на подключение абонентов к услуге доступа в интернет будут меньше, чем у конкурен-

тов. Так, в «Акадо-Столица» сообщают, что их затраты на подключение одной квартиры к интернету (при условии наличия оптоволоконного кабеля, подведенного к дому, где расположена эта квартира) составляют \$60–65 в зависимости от сложности монтажа. А исполнительный вице-президент «ВымпелКома» (владеет 100% «Голден Телекома», которому принадлежит «Корбина Телеком») Жан Пьер Вандромм не так давно говорил, что при строительстве их сети FTTB подключение одного дома обходится примерно в \$3 тыс., а квартиры в нем — еще в \$90.

Оборудование московских квартир IMS-шлюзами даст «Комстару» конкурентное преимущество, считает старший консультант iKS-Consulting Константин Анкилов: «Фактически оператор претендует на подключение двух миллионов абонентов к своей сети широкополосного доступа в интернет». С ним согласен директор по развитию «Коминфо консалтинг» Евгений Соломатин. «В районах, где сохранились аналоговые АТС, конкуренция среди альтернативных игроков и проникновение интернет-услуг ниже. При условии агрессивного маркетингового продвижения оно стимулирует эту категорию абонентов к подключению к новым услугам», — говорит эксперт, добавляя, что потенциально это позволит «Комстару» увеличить свою долю на рынке широкополосного доступа на 10%. «К концу этого года — началу 2009-го доли участников широкополосного рынка Москвы зафиксируются, — возражает руководитель пресс-службы «Акадо-Столица» Дмитрий Захаров. — В будущем, если доли и будут меняться, то незначительно — эта попытка обойдется игрокам слишком дорого». ■