

тенденции

РЫНКИ. Технологии и телекоммуникации

РЫНОК ПЕРЕНАСЫЩЕН

Поставщики платного доступа к ТВ снижают тарифы и расширяют список дополнительных услуг

Доходы компаний от оказания услуг платного доступа к ТВ растут активно. За последний год прирост оценивается в 13%. Однако эксперты говорят о перенасыщении рынка платного ТВ, что заставляет компании повышать качество и количество сервисов, снижать цены, регулярно проводить акции, направленные на повышение лояльности абонентов.

Владимир КАЛЯДИН

ДОХОДЫ РАСТУТ

По предварительным оценкам исследовательской компании iKS-Consulting, к концу 2010 года число абонентов платного ТВ в России достигло 20,5 млн человек. В эти подсчетах не учитывались абоненты систем коллективного приема телевидения и подписчики пакетов, содержащих только бесплатные каналы. Объем доходов рынка платного ТВ от физических лиц в 2010 году оценивается экспертами компании J'son & Partners Consulting в \$940 млн, что на 13% превысило показатели 2009 года - тогда доходы составили \$830 млн. 66% абонентов, подключенных к платному ТВ, пользуются проводным телевидением, 34% - спутниковым. По оценке J'son & Partners Consulting, лишь 15% проводного ТВ в России является цифровым. «Структура рынка неэфирного телевидения существенных изменений в 2010 году, судя по предварительным данным, не претерпела», - проанализировал ситуацию аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин. - Доля



ИРТВ все еще формируется в пределах нескольких процентов как в части количества абонентов (2%), так и в отношении общего объема платежей (3%). Вместе с тем сама индустрия платного ТВ продолжает динамично развиваться и абсолютные показатели сегмента ИРТВ, естественно, растут. Мы полагаем, что в денежном выражении (по объему абонентских платежей) объем рынка неэфирного ТВ вырос в 2010 году примерно на 15% и составил около \$1 млрд».

КОНКУРЕНЦИЯ ВНУТРИ СЕГМЕНТА

На современном этапе российский рынок платного ТВ формируется деятельности нескольких десятков сравнительно крупных и большим количеством относительно

мелких по масштабу бизнеса локальных провайдеров (спутниковых, кабельных и ПРТВ-операторов). «При этом сейчас на рынке представлены около 200 «неэфирных» каналов, - сообщил Максим Клягин, - примерно четверть из них являются условно бесплатными. К числу крупнейших провайдеров, на долю которых приходится, по различным оценкам, около 35-40% от общего объема абонентской базы, исследовательские агентства относят компании «Триколор», НТК, «Комстар», «ЭР-Телеком», «Мультиргион». По мнению заместителя директора по развитию ООО «Теленет» Николая Кулаковского, конкуренция на рынке платного доступа к ТВ-каналам сегодня ощущается довольно остро. «Практически в каждом многоэтажном доме, как правило, присутствуют несколько (минимум два) операторов связи, которые предоставляют услуги платного доступа к ТВ. Это операторы спутникового, кабельного ТВ и ИРТВ», -

«Для потребителя услуги не имеет особого значения технология, с помощью которой доставляется сигнал, важен конечный результат – качество «картинки» и звука»

- отметил эксперт. Более серьезная конкуренция складывается внутри каждого из сегментов, в меньшей степени – между сегментами. «У каждого вида ТВ более-менее сложилась своя сфера влияния. Например, спутниковое ТВ по сравнению с кабельным ощущается дороже. Зато спутниковое ТВ доступно там, где нет возможности прокладки кабеля, например, в частном секторе и т.д.», - добавил Николай Кулаковский. «Для конечного потребителя услуги не имеет особого значения технологии, с помощью которой до него доставляется

сигнал, - пояснила коммерческий директор Самарского филиала ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» Марина Кордонская, - для потребителя важен конечный результат – качество «картинки» и звука».

БОРЬБА ЗА АБОНЕНТА

Операторы конкурируют между собой разными способами: увеличивают количество и качество транслируемых каналов, предоставляют дополнительные услуги, снижают тарифы, проводят акции и т.д. «Каждый из этих способов по-своему эффективен, - уверена Марина Кордонская, - если направлен на улучшение качества оказываемых услуг и их доступности и популярности».

В результате абоненты получают возможность выбора и нужное им соотношение цены и качества услуги. Николай Кулаковский одним из наиболее эффективных способов борьбы за абонента считает создание пакетных пред-

ложений в рамках специальных акций. «Например, акция «333» компании «Теленет» предоставляет абонентам доступ в Интернет и к кабельному ТВ всего за 333 руб. в месяц», - сообщил Кулаковский. Не менее эффективными для повышения лояльности клиентов оказываются более выгодные тарифные планы для постоянных абонентов или снижение абонентской платы за месяц при оплате услуга за полгода или за год. Нередко компании предлагают дополнительные сервисы для потенциальных, а потом уже и состоявшихся абонентов: упрощенная процедура подключения, подача заявки по телефону или через Интернет, круглосуточная техподдержка, расширение вариантов оплаты и т.д. «В компании «Теленет» можно бесплатно заказать демонстрацию цифрового ТВ на дом, которая не обязывает к дальнейшей покупке, но дает возможность оценить возможности «цифры», - добавил Николай Кулаковский.

БУДУЩЕЕ ЗА ЦИФРОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

По прогнозу Максима Клягина, основными драйверами рынка неэфирного ТВ будут оставаться высокие темпы роста технического охвата и динамичное расширение абонентской базы, в том числе за счет сделок М&A. «Поскольку одним из основных трендов нам представляется дальнейшая консолидация рынка за счет поглощения крупными провайдерами локальных игроков рынка», - подчеркнул Клягин. Николай Кулаковский сомневается, что в ближайшее время на рынке платного ТВ произойдет какие-то глобальные изменения, поскольку рынок предельно насыщен. «Думаю, что сложится ситуация, схожая с ситуацией на рынке мобильной связи, - отметил Николай Кулаковский. - Рынок перенасыщен, у каждого из операторов уже сложилась своя база, и каждый будет стараться «перетащить» к себе абонентов за счет новых тарифных планов, специальных акций, дополнительных сервисов».

выгодное предложение

Детям – свой Интернет

Оператор оградит ребенка от «недобрых ресурсов»

«МегаФон» предложил абонентам уникальный сервис, позволяющий оградить детей от нежелательного интернет-контента.

Ирина БОНДАРЕВА

В России 40% детей в возрасте от 9 до 16 лет сталкиваются с противоправным контентом в Интернете, около 11% становятся жертвами хакербуллинга (психологического давления, агрессии со стороны других пользователей) – таковы результаты исследования «Дети России онлайн». Это свидетельствует о том, что в сети практически отсутствуют барьеры, препятствующие доступу детей к вредоносному контенту. Поэтому формирование мер безопасности – одна из приоритетных задач компании «МегаФон» как интернет-провайдера. Для ее решения оператор разработал уникальный сервис «Детский Интернет», который позволяет фильтровать информацию, поступающую из Всемирной сети.

Принцип действия «Детского Интернета» максимально прост: сервис блокирует доступ детей к нежелательным ресурсам, которые не входят в «белый список» из 800 тысяч проверенных русскоязычных сайтов. «Белый список» – это порталы с новостями, мультфильмами, онлайн- и flash-играами, рефератами, сайтами о спорте, туризме, отдыхе, учебе, автомобилях, модерируемые форумы и другие «добрые» ресурсы. Под запретом оказываются сайты, разлагающие национальную рознь, пропагандирующие насилие, распространяющие порнографическую информацию или содержащие нецензурную лексику.

Обновление «белого списка» происходит ежемесячно. Все добавляемые сайты проверяются вручную. Так же интерфейс услуги позволяет «пожаловаться» на тот или иной сайт, если он вызывает у родителей сомнение. Эти жалобы проверяются, и эксперты принимают решение об исключении ресурса из «белого списка».

Абоненты компании могут выбрать полный комп-

циональный тариф или

или просто одноименную

услугу. Комплект подойдет

для тех, кто покупает SIM-карту для ребенка впервые.

Услуга создана для абонентов, которые не хотят менять существующий тарифный план, при этом нуждаются в фильтрации интернет-контента для ребенка.

Комплект «Детский Интер-

нет+» стоит 999 рублей и включает SIM-карту, подключенную к одному тарифному плану, 3G-модем и три месяца безлимитного интернет-трафика без абонентской платы. По истечении трех месяцев ежемесячная абонплата за пользование тарифом будет составлять 250 рублей. Если у вас уже есть модем с любым интернет-тарифом, вы можете просто подключить услугу «Детский Интернет» – в этом случае пользоваться ею можно бесплатно.

Владелец модема, подключеного на обычный голосовой тарифный план, также может подключить услугу «Детский Интер-

нет» – абонентская плата

составит 49 рублей в месяц.

Подключить ее можно с помо-

щью USSD-запроса на номер *522# в любом офи-

це продаж и обслуживания

компании «МегаФон», а также путем отправки SMS-сообщения на номер 5187.

Компания «МегаФон»

всегда уделяла внимание во-

просам безопасности, в том

числе создавая специальные

услуги для детей. Уже не-

сколько лет у оператора в

Поволжье действует тариф

«Смешарики» с услугой «Ма

чак», позволяющей определять местонахожде-

ние ребенка. По данным на

начало 2011 года, этим тарифом пользуются около 46 тысяч абонентов компании.

Подробности – на сайте

www.volga.megafon.ru, по телефону информационно-

справочной службы 0500 (внутренний)

или 9271 110 500 (с любого телефона).

реклама

СЕРВИС

Такой не потеряешь

Онлайн-покупка билета – это легко и просто

Все больше пассажиров во всем мире забывают об очередях в кассах продажи железнодорожных и авиабилетов и предпочитают покупать билеты, не выходя из дома или офиса, - через Интернет.

Татьяна МОРДВИНЦЕВА

НЕМНОГО ИСТОРИИ

Электронные билеты впервые появились в США в 1996 году. Сейчас в большинстве развитых стран онлайн-покупка билетов стала обычной практикой.

В России история электронного авиаи- билетов началась в 2006 году, и с тех пор рынок стабильно растет, хотя он по-прежнему не такой вну- шительный, как за рубежом: Россияне все же предпочитают надежный бумажный до- кумент набору компьютерных ноликов и единиц. Покупка железнодорожных билетов через Интернет в России стала возможна с 2007 года. Хотя первое время после онлайн-бронирования билет необходи-

мо было получать в кассе, на специальной стойке или в терминале, сервис все равно стал весьма популярным. И уже большие годы РЖД пред- лагает пассажирам услугу электронной регистрации, когда для поездки в поезд не нужен бумажный билет, а доста- точно предъявить документ, удостоверяющий личность.

Согласно сайту РЖД, сейчас эта услуга распространяется на поезда с 001 по 899 нумерации, за исключением поездов, следующих транзитом через государства – члены СНГ, а также Латвию, Литву, Эстонию.

И НЕМНОГО ПРАКТИКИ

Сайты, предлагающие услуги онлайн-бронирования авиабилетов, можно разделить на три категории. Первая – это сайты самих авиакомпаний. Практически все перевозчики сейчас предлагают эту услугу. А железнодорожный билет можно легко приобрести на официальном сайте РЖД. Вторая – это билетные онлайн-агентства. Такие сай-

НА ПОЛПУТИ К ИТ. Россия находится в середине рейтинга стран по развитию информационных технологий. Такие данные обнародовал Всемирный экономический форум (ВЭФ) в очередном отчете о развитии информационных технологий 2010-2011 годов. В отчете оценивается влияние информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на экономическое развитие и конкурентоспособность 138 стран мира. Индекс развития ИКТ измеряет готовность стран к эффективному использованию ИКТ по трем измерениям: общая среда (бизнес-климат, законодательство регулирование и инфраструктура) для развития ИКТ, готовность трех основных групп (индивидуальных граждан, бизнеса и национальных правительств) к плодотворному использованию ИКТ и действительное использование самых современных доступных сетевых технологий. Первые пять строк занимают Швеция, Сингапур, Финляндия, Швейцария и США соответственно. Россия заняла 77 место. Для сравнения: в прошлом году наша страна находилась на 41 пункте ниже.

НЕЛИЦЕНЗИОННЫЕ И ОЧЕНЬ ОПАСНЫЕ. Эксперты российской компании Group-IB по заказу Microsoft проанализи-

зовали нелицензионные копии операционной системы Microsoft – Windows XP, Windows Vista и Windows 7, доступные российским пользователям через основные каналы распространения: в неавторизованных точках продаж на физических носителях (DVD, CD) и в Интернете (torrentы и файлообменники). В результате исследования эксперты обнаружили, что 96% копий Windows, доступных для скачивания с торрентов и файлообменниками, оригинальный код изменен – реализован обход активации программного обеспечения, что свидетельствует о наличии нежелательного или вредоносного ПО. Вирусы и тројаны присутствуют в 6% установочных файлов. Большинство обнаруженных вирусов и тројанов могут быть использованы для кражи персональных данных. 29% нелицензионных копий Windows, доступных для скачивания на файлообменниках, оказалисьнеработоспособными.

Что касается контрафактной продукции, предлагаемой в неавторизованных точках продаж, то каждый четвертый из приведенных экспертами дисков содержит вредоносное ПО, а 12,5% дисков включают программы для хищения паролей и личных данных пользователя.



Навстречу лету вместе со СМАРТС

Общайся с друзьями и получай подарки от именинника-оператора

Что можно успеть за оставшиеся весенние деньги? Допустим, подготовиться к лету – сделать новую прическу и записаться в спортзал. Времени хватит и на то, чтобы сделать в квартире косметический ремонт. А может, привести в порядок дачу...

Сергей ГВОЗДЕВ

В любом случае, не стоит забывать про один момент: занимаясь все эти дела, оставшиеся до лета, только собой и своими делами, вы можете «подрастерять» друзей. Именно тех, кто и должен оценить ваши весенние подвиги. Из этого следует один логический вывод: за эти дни надо успеть обзавестись всеми друзьями, приятелями и знакомыми. Например, узнайте, что интересного у них случилось за зиму, куда они со-

браются поехать отдыхать. И возможно, судьба подарит вам щедрый бонус, встретив предложение, красивое предложение. Один-то подарок будет уже совершенено точно – от вашего мобильного оператора СМАРТС. К своему 20-летию он презентует активным абонентам деньги – по 20 рублей за каждые 250 рублей, которые вы заплатите за услуги СМАРТС или расплатитесь через внешние платежные системы, карточкой связи.

Задача – получить от юбилея «бесплатные» 200 рублей, если за этот период десять раз заплатить по 250 рублей. Причем разговаривать на внесенные деньги можно хоть целый год, а по- зоворот – от вашей карты. Радует не только тарифы, хотя и они тоже: денег на связь трату немного. А еще – то, что компания всегда подкидывает какие-то выгодные для нас, пользователей идеи. Вот сейчас думаю: весна, хочется обновления. К парикмахеру я уже записалась, но может, и вправду обернусь к тебе так или иначе возвращаться. А ведь день рождения у сотового оператора, хотя по- здоровье нам, абонентам. Желаю продолжать ему в том же духе!

Марина Овсянникова – еще один абонент, который не скрывает своего иск