

Home IP.TV ставит на агентскую схему

IPTV - дорогая, но интересная игрушка, которую хочет иметь у себя каждый провайдер и, желательно, без лишних затрат. Небольшой петербургский контент-агрегатор попытается сделать на этом желании бизнес. В прошлом году в городе на Неве появилась компания Home-IP.TV, которая предложила провайдерам работать по агентской схеме, набирая «общую» абонентскую базу и покупая, таким образом, контент по более низким тарифам.

Ряд экспертов, работающих на рынке контент-агрегации считает, что агентская схема работы действительно эффективна с экономической точки зрения. Однако все же на услуге IPTV пока сложно заработать как оператору, так и агрегатору, так как она не массовая. Генеральный директор Home-IP.TV Юрий Москачев отмечает, что пока IPTV заказывают только от 3 до 10% абонентов. Однако он считает, что рано или поздно IPTV и вовсе вытеснит кабельные ТВ-каналы, поэтому уверен в своих инвестициях. «Данная схема «просилась» очень давно, мы ждали удобного момента для выхода на рынок», - отмечает Юрий Москачев.

Явление «посредника»

Home-IP.TV появился весной 2009 года. «Я являюсь единственным учредителем компании, она создана на мои собственные средства, - рассказал Юрий Москачев. - До этого больше шести лет я проработал в компании «МегаФон» в должности ведущего инженера отдела технического контроля. В это же время я получил второе высшее образование в Инжеконе, и мы, вместе с небольшой командой (около 10 человек), создали Интернет-провайдера Village Telecom, работавшего в коттеджных поселках, предоставляя услуги Triple Play. Кризис помешал активному строительству поселков, у нас остался один объект, на котором мы, однако, как раз «обкатали» свою технологию, научились строить, делать, управлять этим процессом. После чего появилась компания Home-IP.TV».

Компания создавалась специально для IPTV и изначально специализировалась исключительно на контент-агрегации и предоставлении услуг IPTV. «Мы поняли, что отдельно взятому интернет-провайдеру неинтересно делать для себя головную станцию - когда дело доходит до заключения договоров, операторы хватаются за голову - если они будут сами заключать договоры, то контент-агрегация им станет абсолютно невыгодной, - полагает г-н Москачев. - У коммерческих каналов прописано минимальное количество абонентов, необходимое для заключения договора на вещание. Стандартная ситуация - требование минимального платежа из расчета 1 тысячи абонентов. Такие условия есть, в частности, у группы Первого канала (Теле-няня, Музыка, Далекое и Близкое, Телекафе), канала «Джетикс». У CNN International этот «порог» - 1,5 тыс абонентов. Простая арифметика показывает - у интернет-провайдера с абонентской базой даже 5 тысяч пользователей, что немало, на услугу IPTV на сегодняшний день, как показывает практика, подпишется от 3 до 10%. То есть в лучшем случае с 5 тысяч 500 пользователей попросят IPTV. А каналу платить за контент все равно придется из расчета тысячи... У некоторых каналов минимальный порог составляет и 2 и 3 тысячи абонентов («Зона Романтики», «Пан Европейский»). И получается, что имеющиеся у оператора 500 IPTV-абонентов становятся для него «золотыми».

Решение, которое «напросилось» организаторам Home-IP.TV - объединить абонентскую базу нескольких провайдеров, чтобы каждый абонент обходился в итоге дешевле для всех операторов, участвующих в такой «оптовой закупке». «95% всех каналов работают по очень хорошим ценам от 10 тысяч пользователей, - уточняет Юрий Москачев. - К примеру, цена при гарантированном платеже за 1000 абонентов строится из расчета 11 центов за одного абонента.. А подключив, к примеру, 10 тысяч пользователей, можно сбить цену до 7 центов за абонента».

Инвестиции

Вложения в проект Home-IP.TV делятся в основном на инвестиции в программно-аппаратный комплекс, а также на заключение договоров с каналами.

Аппаратный комплекс сделан на оборудовании Cisco. «Оборудование и софт нам предоставляет петербургское ООО «ОФТ-Медиа», занимающееся разработкой программного обеспечения для сетей IPTV. На основе их программного решения Middleware мы сами собрали головную станцию, - говорит Юрий Москачев. - Этот комплекс бы выбран по двум причинам - он находится в Санкт-Петербурге и, кроме того, по производительности это самый быстрый комплекс из мне известных, по итогам выставок CSTB, на которые я ездил три года подряд для этих целей. Он быстро работает с каналами, контентом и поддерживает много приставок. К примеру, VOD Server (сервер видео по запросу), NVOD, SVOD сервисы, которые позволяют оператору «эмулировать» ТВ каналы и составлять свою сетку вещания для распространения наиболее рейтинговых фильмов. Есть Timeshift TV сервис, позволяющий смотреть ТВ программу, даже если пользователь опоздал на ее начало. NPVR (Network

Personal Video Recorder) позволяет записать интересующую ТВ программу для просмотра в удобное пользователю время».

По словам Юрия Москачева, в полной комплектации Middleware обошелся в 2 млн рублей. «Из расчета того, что один абонент тратит на ТВ 150 рублей в месяц, сколько нужно абонентов, чтобы окупить этот программно-аппаратный комплекс? – задает вопрос г-н Москачев. И сам отвечает: Получается более 13 тысяч. Конечно, это не значит, что все 13 сразу за 1 месяц наберутся...Я рассчитывал, что комплекс окупится еще в прошлом году, однако пока этого не произошло. Но, думаю, к концу 2010 года это случится. Пока рынок развивается медленнее, чем я предполагал».

Вторая статья расходов – заключение договоров с каналами, чтобы обеспечить легальность всего процесса. «Стоимость договора с каналом может достигать до 100 тысяч рублей в месяц, в зависимости от канала, – поясняет Юрий Москачев. – А есть каналы, например, «Дискавери», которые требуют минимальный гарантированный платеж 10 тысяч долларов в год – не важно, сколько у вас абонентов изначально».

По словам Юрия Москачева, на сегодняшний день об окупаемости проекта говорить рано, компания еще и года полноценно не работает на рынке, а лицензии на кабельное вещание Home-IP.TV получила осенью прошлого года. «Я думаю, что года два нужно проработать, чтобы выйти «в ноль» и дышать свободнее», – говорит Юрий Москачев.

У Home-IP.TV на сегодняшний день заключены договоры с порядка 70 каналами. «Конечно, не все они выставляют такие условия, но процентов 20 из них являются как раз наиболее дорогими, – говорит Юрий Москачев. – Потом идут каналы «средней тяжести», потом – эфирные. Просто без набора самых востребованных каналов рост абонентской базы IPTV будет очень медленным, так как пользователи уже привыкли смотреть по кабельным каналам большой набор различных программ. Отбросив материальную составляющую абсолютно любого проекта, основным затратным средством было время, которое было нужно на отладку не только технических схем взаимодействия, но и переговорных процессов с вещателями, которые просто отказывались заключать договоры с неизвестным оператором по новой технологии».

Модель бизнеса

Как полагает г-н Москачев, именно агентская схема работы позволит иметь IPTV на сетях большему числу операторов, тем самым постепенно «превращая» ее из имиджевой услуги в стратегическую. «Интернет-провайдер, который хочет доминировать на рынке, сейчас быстрее будет подключать IPTV, чем провайдер, который пока еще будет думать о том, что это имиджевая услуга, – уверен Юрий Москачев. – В среднесрочной перспективе с помощью IPTV можно будет повышать ARPU». Отличие агентской схемы от принципов работы других провайдеров, которые самостоятельно развивают у себя услугу IPTV, Юрий Москачев видит в независимости от...собственной абонентской базы. «От «ВестКолла», к примеру, наша схема работы отличается тем, что мы не зависим от других интернет-провайдеров, так как у нас нет своей абонентской базы. И потому своим брендом мы не являемся конкурентами операторам связи, самостоятельно развивающим у себя IPTV, – поясняет Юрий Москачев. – Ведь, к примеру, «Интерзет» вряд ли купит ТВ у «Веб Пласа». Равно как и наоборот. Поэтому специально и был разработан бренд Home-IP.TV, который бы никак не коррелировал с существующими интернет-провайдерами и был бы одинаково привлекательным для всех». В Home-IP.TV полагают, что, даже если отдельный провайдер самостоятельно наберет нужную абонентскую базу, чтобы «взять» у каналов привлекательные условия, получать и развивать допсервисы для него все равно будет невыгодно. «К примеру, видео по запросу, – говорит Юрий Москачев. – «В розницу» показ одного фильма стоит примерно 17 тысяч рублей на полгода. То есть за 1000 фильмов на полгода мне надо 17 млн рублей. Какому количеству абонентов я должен показать этот фильм, чтобы отбились эти 17 млн? Поэтому ни один оператор, тем более «средней руки» свой сервис видео по запросу развивать не будет».

Рынок контент-агрегаторов

В Петербурге на рынке контент-агрегации, помимо Home-IP.TV, действует несколько компаний, среди которых можно отметить «Росмедиа» и «Вест-Колл». Как полагает Юрий Москачев, конкуренция в этом сегменте слабая. «Дополнительных услуг IPTV как таковых еще немного – ни у одного провайдера нет серьезного предложения по видео по запросу, а это означает медленное развитие этого рынка. Конечно, это не приведет к исчезновению оператора, но все же реальные «потери» от этого будут видны только года через два, – поясняет свою позицию Юрий Москачев. – По сути, услуга у всех одна и та же, лишь с разными способами ее подключения».

«Контент-агрегаторов должно быть несколько, хотя бы для того, чтобы антимонопольная служба не «приставала», – шутя обрисовывает перспективы рынка г-н Москачев. – Но, в любом случае, это достаточно емкий рынок, которому есть куда делиться. У контент-агрегаторов, которые уже сейчас

сами для себя реализуют IPTV, будет своя доля рынка, мы с ними пересекаться, конечно, не будем, это нереально. Это касается проектов «Росмедиа», «Вест Колла», СЗТ. Однако поле для посреднической деятельности есть и без того. Мы ориентируемся на остальных операторов – у кого нет своего ресурса и возможностей его получить самостоятельно. К примеру, в Петербурге работает еще порядка 150 провайдеров разной величины».

Город или города?

За пределы Санкт-Петербурга и ЛО Home-IP.TV выходить пока не стремится. И дело даже не в транспорте сигнала. «Транспорт не основная проблема, мы должны обеспечить легитимность схемы, - поясняет Юрий Москачев. - Для этого необходимо получить соответствующие лицензионные документы на территорию. И это не все. Вещатели, с которыми мы заключаем договоры, тоже должны обладать соответствующими документами. Сейчас у нас есть лицензии на СПб и Ленобласть. Однако, получив лицензию, к примеру, на Псковскую область, еще не факт, что мы сможем там показывать все свои каналы, даже если туда проложена магистраль. Чтобы легально вещать, у канала должна быть открыта та или иная лицензионная территория. А на сегодняшний день эта территория по России крайне «разорвана». Немного куда эти технологии пока дошагали. По поводу транспорта – теоретически, мы на месте можем строить свои головные станции, приземлять тяжелый трафик, и уже на месте соединять их с помощью более низких скоростей. Это допвложения, и на данном этапе спрос еще не настолько сформирован. Хотя есть заинтересованность в нашей работе в Московской области, в Твери и т.д.».

В Петербурге на данный момент Home-IP.TV работает с порядка 10 операторами, такими как «Скайнет», «ВебПлас», «Ниеншанц», «Пин Телекомом», «ПулНет», «Кубио Рус» и др.

«У «Интерзета» исторически есть свое телевидение. «ВестКолл» также полностью развивает свои платформы – свой бренд, свои договора и пр., - перечисляет Юрий Москачев крупных провайдеров Петербурга, которые не работают с Home-IP.TV. - Возможно, они со временем придут к нам, так как у нас все равно дешевле. Просто пока эта история не раскаталась, многие операторы ее еще просто не просчитывали».