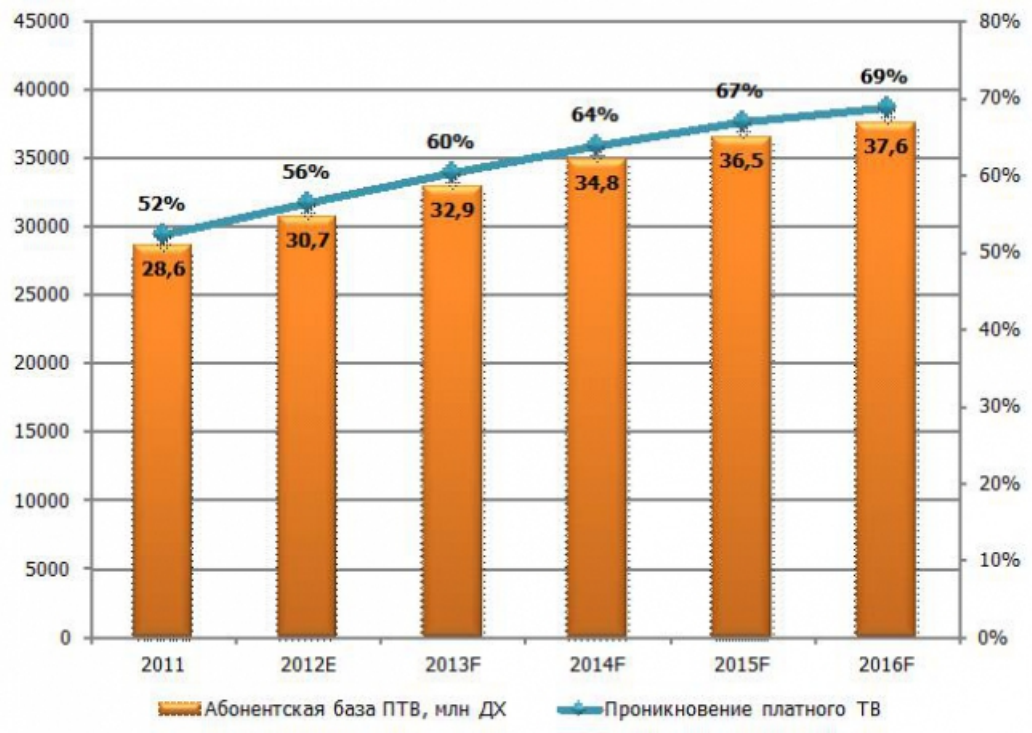
# Все ТВ будет только платным

Абоненты "pay TV" - самая стабильная аудитория на рынке. По терминологии операторов это "непеключаемые клиенты": они редко уходят к другому оператору и сервис платного ТВ является для них "якорным" - потом им можно "впаривать" ШПД и другие платные услуги за отдельную оплату. В связи с новыми подсчетами интересно понять, сколько же их в России, каков объем и динамика этого рынка в столице. Судя по данным аналитиков, российский сегмент этого рынка является одним из самых крупных... в мире?

**Кто есть на рынке**

Судя по подсчетам аналитиков, на российском рынке платного ТВ насчитывается 28,6 млн. подключенных домохозяйств, которые получают "картинку" по технологиям кабельного, спутникового и IP телевидения (оценка J'son & Partners Consulting). На самом деле - это достаточно много, и через года четыре, если тенденция сохранится, таких пользователей станет около 37,6 млн., причем проникновение услуги достигнет фантастических 69% (на конец 2011 года, когда проводились подсчеты - 52%, что больше уровня проникновения фиксированного ШПД). Фантастика от того, что ранее пользователи платить, именно платить "за картинку" не хотели - довольствовались бесплатными пакетами ТВ-трафика.

**Прогноз абонентской базы и проникновения платного ТВ в России, 2011-2016**




*Источник: J'son & Partners Consulting*

Интересно, что каждый оператор платного ТВ на рынке занимает не только какую-то свою, отдельную нишу, но и может пересекаться друг с другом за счет пакетов, предлагаемых конечному пользователю. Все, обычно, зависит от возможностей по величине пакета ТВ-каналов. Стандартную "эфирку" первого мультиплекса из полутора десятков каналов среднего качества отдают все - ее клиенты, кстати, смотрят больше всего (поэтому операторы часто даже добавляя свою рекламу в блоки ТВ-сигнала, который дает тот или иной производитель программ). А вот отдельные платные каналы - другой вопрос.

**Абонентская база платного ТВ России по количеству телеканалов, млн ДХ, 2010-2011**

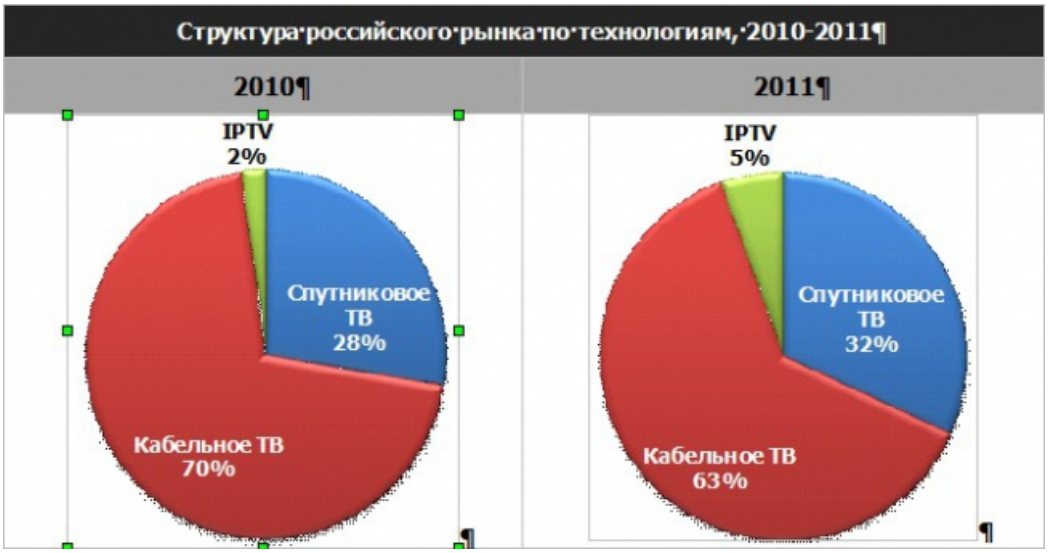
| | 2010 | 2011 | Темп прироста |
|---|---|---|---|
| **Всего** | **23,4** | **28,6** | **22,2%** |

| | 2010 | 2011 | Темп прироста |
|---|---|---|---|
| ЦМГТВ | 4,6 | 7,7 | 67,4% |
| МГТВ | 14,5 | 16,8 | 15,9% |
| МЛТВ | 4,2 | 4,1 | -2,4% |

*Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний*

Здесь компании подразделяются на цифровые многоканальные (те, кто дает возможность получить более 65 ТВ-каналов в планом режиме - например, "Триколор ТВ"), которые дали наибольший темп прироста в 67,4% за год, многоканальное ТВ (здесь от 30 до 65 каналов - столько дает, например, "ЭР-Телеком"), которое "приросло" на 15,9%, а также малоканальное ТВ (менее 30 платных каналов - например, "МТС"/"Стрим"), которое в принципе показало отрицательный прирост. Конечно, никто из операторов не скажет, что он "малокональный", но по факту будет именно так. А вот абонентов социального малоканального ТВ, а также бесплатного ТВ к методике подсчета никак не учитываются.

А вот рост отдельных сегментов рынка платного ТВ показывает полноценную "разноголосицу" - кто-то "в загоне", а для каких-то сегментов "золотой век" только наступает. Например, спутниковое ТВ показывает замечательный рост какой год подряд не из-за хорошей технологии доставки сигнала и даже не из-за разумного подхода к формированию цены на оборудование (и его продажу в рассрочку), а благодаря низкой стоимости самой услуги (на уровне 600 руб. в год за базовый пакет). По сравнению с другими вариантами доставки сигнала и традиционным дефицитом кабельных подключений в регионах (да что там - если вежливо, то фиксированной связи там практически нет), "ТВ через спутник" обладает наивысшей доступностью. Разумеется, прирост абонентов спутникового ТВ происходил преимущественно за счет оператора «Триколор ТВ», который поставил себе целью завоевание наибольшей абонентской базы. Так оно и случилось - из 2,7 млн. абонентов, подключенных операторами спутникового ТВ в 2011 году, 2,1 млн. приобрели услуги "Триколор ТВ". В компании поступились доходами "первых лет", но заработали на комплектах абонентского оборудования, и, заодно, получили лояльную абонентскую базу, которую в дальнейшем можно "каннибализировать" для платных услуг (если будет конвертация, близкая хотя бы к 10% - уже хорошо).




*Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний*

"Вполне бодро", - как уверены аналитики. Увеличивается и число пользователей IPTV, хотя здесь все пока что вяло. Да, на конец 2011 года проникновение фиксированного ШПД в России составило 38%, поэтому IPTV тоже подтянулось. Все-таки одним из основных преимуществ IPTV является возможность предоставления услуги "видео-по-запросу" (спутниковым операторам приходится

вместо этого делать целые каналы фильмов) и доступа к интерактивным сервисам по одному каналу доступа. Разумеется, лидерами на рынке IPTV являются крупные операторы фиксированного ШПД - это "Ростелеком", "Билайн" и МТС. А вот темпы роста кабельного ТВ (которое превышает по объемы рынка IPTV во много раз - 63% против "жалких" 5%) замедляются. По сути, это связано не с маркетингом, а технологическими особенностями. "Операторы модернизируют свои сети для перехода на технологию DVB-C, которая позволяет предоставлять услугу цифрового ТВ с дополнительной возможностью доступа к таким сервисам, как видео по запросу, catch-up-ТВ и т.д.", - уверены аналитики.

В сухом остатке - в 2011 году на кабельное телевидение приходилось более половины всего рынка платного ТВ (63%), но этот показатель все-таки упал, снизился на 7 процентных пунктов в сравнении с 2010 годом. Доля спутникового телевидения составила 32% (рост на 4 п.п.). А вот доля IPTV выросла до 5% - это самый значительный рост за последнее время, раньше показатели этой технологии "болтались" на уровне статистической погрешности в 1-2% и были в принципе едва заметны.

Кстати, уровень наибольшего проникновения платного телевидения на конец 2011 года наблюдался в СЗФО – 72,6%. Минимальное же проникновение у Северокавказского и Дальневосточного федеральных округов – 29% и 27% соответственно.

**Основные игроки**

Впрямую сравнивать игроков рынка "по абонентам" будет не совсем корректно - дело в том, что у них различный вес. Например, тот же "Триколор ТВ" (доля рынка 26%) зарабатывает денег, уверен, не сильно-то и больше "НТВ Плюс" у которого 2% рынка. Дело в том, что у НТВшников все каналы платные, а у "Триколора" есть социальный пакет за небольшие деньги или "практически даром": разный подход и бизнес-планы у компаний. Но, тем не менее, на втором месте у нас "Ростелеком" (21% рынка), далее на почетном третьем месте МТС (11% за счет "старых" успехов "Комстара", а также приобретений 2011 года), "ЭР-Телеком" (6% - в основном кабельное ТВ и IPTV), а также и "АКАДО" (4% - это чисто кабельное ТВ). Кстати, IPTV-проект "ВымпелКома" тоже имеет 2% рынка, как и "НТВ-Плюс", но зарабатывают там на этой услуге куда как меньше денег.

Кстати, второе место "Ростелекома" требует отдельного комментария: оно стало возможно не из-за органического роста, а из-за сделки M&A: в 2011 году были приобретены 72% акций ОАО "Национальные кабельные сети", насчитывающей 5,5 млн. абонентов платного ТВ. Один росчерк пера - и ты среди лидеров рынка.




*Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний*

*Данные по абонентам МТС и «Ростелекома» приведены с учетом IPTV.ст*

Что же еще оказало влияние на рынок? Разумеется, изменение тарифов операторов - компании начали понимать, что клиентов на услугу платного ТВ надо "подсаживать". Отсюда рост включенных в единый расчетный счет услуг, внедрение цифровых пакетов по низкой стоимости, дотирование HD-каналов "на попробовать" и т.д. Кроме того, крупнейшие операторы связи продолжили реализацию стратегий медиаконвергенции - в результате цифровизация ТВ-сетей стала доступна во многих регионах страны. Отметим еще "до кучи" и расширение пропускной способности как крупных, так и мелких операторов платного ТВ - с увеличением возможностей они стали продавать свои услуги достаточно активно. Несмотря на то, что темп рост абонентов платного ТВ в 2011 году составил

22,2% по сравнению с 2010 годом, это сформировавшийся и зафиксированный рекорд. Больше такого не будет - по прогнозам J’son & Partners Consulting ожидается замедление темпов роста рынка до 3% к 2016 году. Сказывается и общее насыщение рынка и увеличение доступа к ТВ-контенту через Интернет. Именно поэтому, кстати, наибольшие темпы прироста показывает сегмент IPTV: аж 220% к 2010 году! Это, разумеется, не предел, хоть и итог этот накопленный за ряд лет. Вообще, тенденция эта значительно усилится - особенно в части конкуренции со стороны нелинейного ТВ, благодаря росту проникновения услуги ШПД, т.к. просмотр видео через Интернет пользуется большим спросом среди населения.

Стоит, видимо, скорректировать ожидания на будущее. Рынки кабельного ТВ в столице и в регионах практически насыщен - он не остановится, но существенно замедлит свое развитие. Причем рынок именно цифрового платного ТВ будет развиваться весьма активно по всем существующим технологиям: способы доставки сигнала, выбор фильмов и т.д., необходимо компенсировать. За счет полученных средств операторы будут расширять линейки каналов преимущественно за счет каналов цифрового ТВ и HD-пакетов. Кроме того, в борьбе за удержание абонентов операторы будут предлагать все больше дополнительных сервисов, таких как «видео-по-запросу», catch-up-ТВ, а также будут использовать другие технологии (примером может служить недавний запуск «НТВ+» услуги IPTV в партнерстве с локальными IPTV-операторами).