

«Ростелеком» лидирует на рынке В2В-телевидения

Национальный оператор связи по итогам 2016 года стал безоговорочный [лидером](#) на рынке корпоративного телевидения. По данным аналитического агентства TMT Консалтинг на конец 2016 года его доля составляла 42 процента.

Второе место досталось МТС (включая дочернюю МГТС) с 17 процентами. Третье место занял "Триколор ТВ" с 8 процентами, четвертое – НТВ+. На остальных игроков пришлось оставшиеся 27 процентов. Общее количество заключённых контрактов TMT Консалтинг оценивает в 86 тысяч. Средний платёж за услугу составил 1480 рублей – это значительно выше, чем у частных пользователей. Связано это как и с более высоким ценником для юридических лиц, так и с тем, что многие из них заказывают услуги сразу на несколько экранов. Например, предложение "Ростелекома" для гостиниц предполагает платёж по количеству заселённых номеров, которые в сумме дают значительно платы за один пакет.

Значительная популярность именно проводного подключения связана с тем, что в комплекте с телевидением операторы предлагают телефонию и интернет. На пакет услуг даётся скидка, так что он оказывается выгодней, чем покупка ТВ отдельно. Основные покупатели услуги телевидения в корпоративном сегменте – предприятия сферы услуг: гостиницы, бары, кафе, автомойки.

Несмотря на постоянный рост аудитории, большая часть рынка ТВ считается серой. Связано это со спутниковым сегментом – его доступность и цены приводят к тому, что только каждый десятый подключается легально как юридическое лицо. Остальные подключатся либо как физические лица, либо вообще как "пираты". Кроме того, препятствие для легального подключения и в позиции правообладателей, которые часто выставляют дополнительные условия по воспроизведению контента в общественных местах.

Если сегодняшние тенденции сохранятся, то к 2020 году общий объём рынка В2В-ТВ составит более 150 тысяч клиентов, достигнув 3,4 миллиарда рублей.