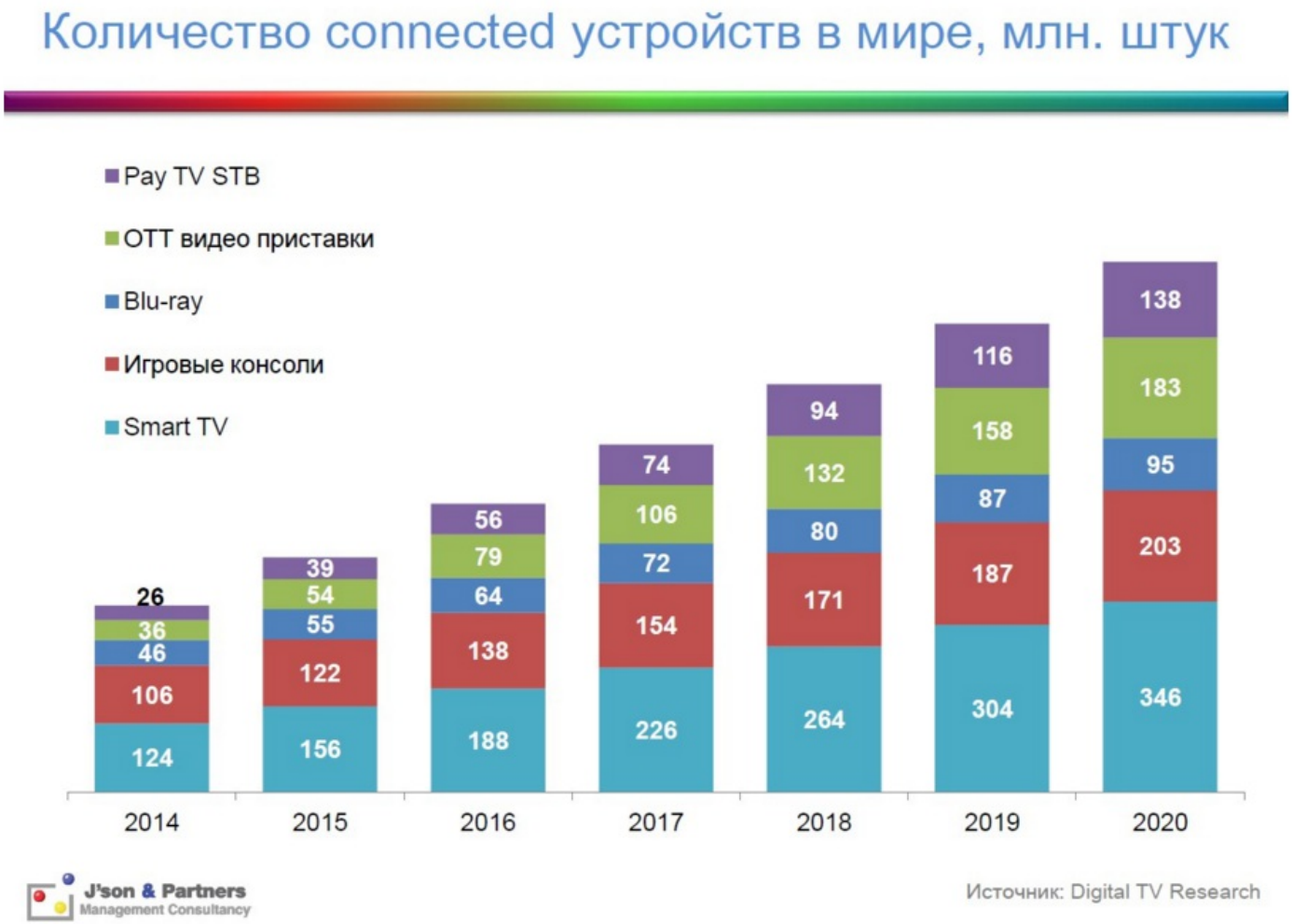
Что на блюдечке у оператора?

Это произошло почти внезапно: почти все граждане России подключились к интернету, и операторам некуда стало расширяться. Интересными и почти лакомыми кусочками стали деревни, куда прежде провайдеров было калачом не заманить. Но скоро, похоже, и таких "белых пятен" на карте не останется.

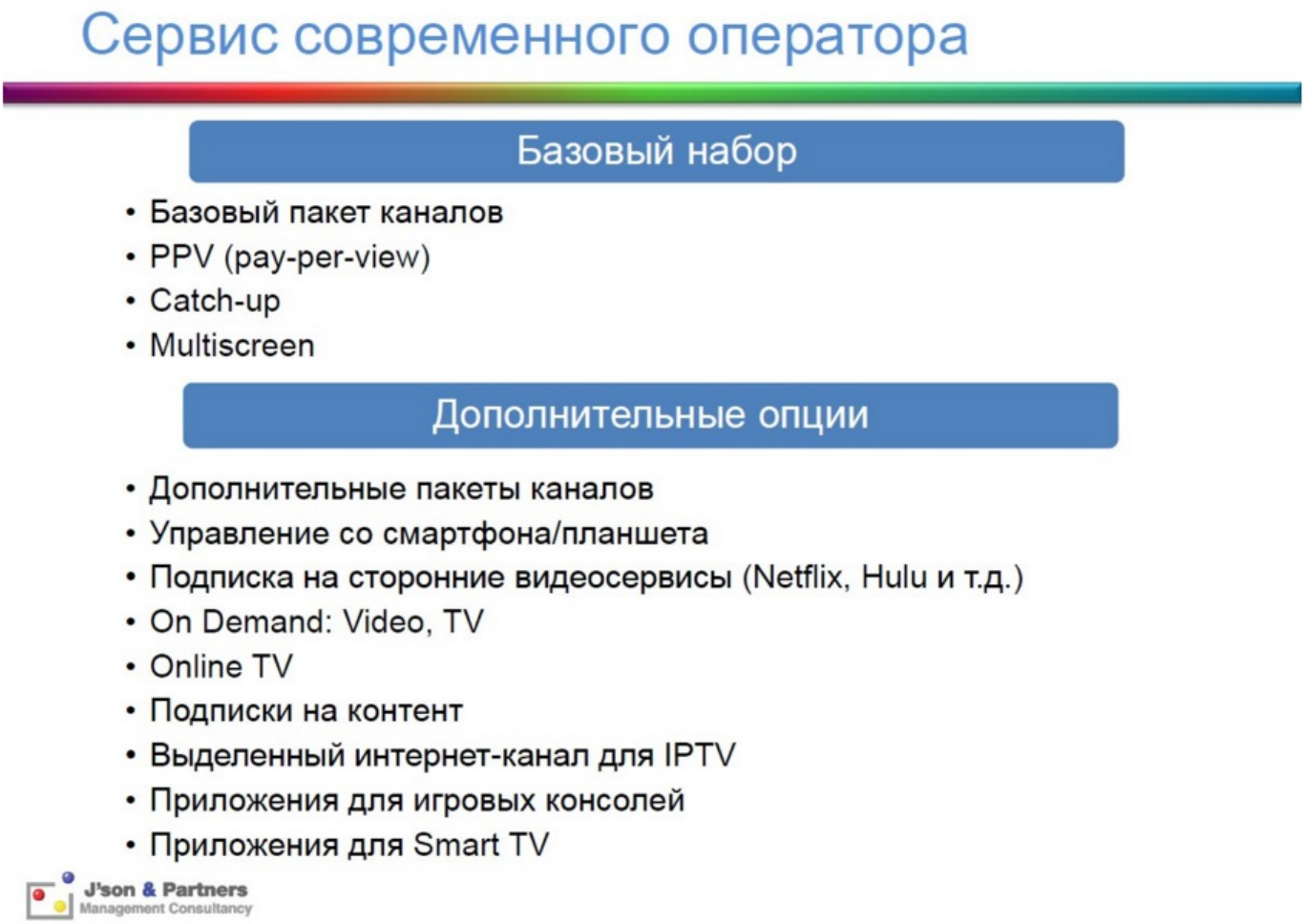
Естественно, что первым следствием насыщения рынка стала стагнация - развиваться больше некуда, рост - минимальный, а тарифы не повысишь - уйдёт клиент к конкурентам, только его и видели. Слияния и поглощения в российском телекоме стали обычным делом, и это тоже логично - гигант расширяется, "малыши" уходят достойно. Конечно, расширить клиентскую базу можно и за счёт конкурентов. Как? Предложить более широкий спектр услуг или тарифы пониже. Тем более, что ещё не все возможности платного ТВ, существующие в мире, освоили наши операторы. Во всяком случае, такие выводы можно сделать из исследования, которое представили в июле J'son & Partners Consulting.

Судя по приведённой ниже диаграмме, количество устройств, подключаемых к телевизорам, постоянно растёт. И по прогнозам аналитиков, рост этот продолжится.



Очевидно, что больше всего владельцы телевизоров во всём мире хотят смотреть, а не играть, а потому и выбирают Smart TV. Игровые консоли стоят на втором месте. Что из этого следует? На мой взгляд - очевидное. Надо дать абонентам возможность увидеть всё, что они хотят и в том качестве, какого они ждут от оператора.

Возможностей у современного оператора, как видите, немало. Но далеко не все операторы предлагают весь спектр возможностей. Я как абонент, возможно, поменяла бы оператора, паче чаяния он предложит мне хотя бы часть приведённых на картинке дополнительных опций. А если это будет компания, которая включит в общий счёт оплату стационарного телефона, интернета и телевидения, то я готова заключить договор не дожидаясь того момента, когда закончится аванс, внесённый нынешнему провайдеру.



Кстати, если говорить о дополнительных возможностях, то наши операторы освоили ещё не всё, что может платное ТВ.Вот так. И тот, кто первым освоит телевидение по требованию, сможет на крутом вираже обогнать конкурентов. Потому что владелец "плазмы" с двумя сотнями телеканалов жалуется на то, что "смотреть нечего" точно также, как абонент с 20 бесплатными каналами и старым "ящиком" в углу.

Есть ли это в России?

Опция	Реализовано у российских операторов
Минимальный набор	
Базовый пакет каналов	✔
PPV (pay-per-view)	✔
Catch-up	✔
Multiscreen	✔
Расширенный набор	
Дополнительные пакеты каналов	✔
Управление со смартфона/планшета	✔
Подписка на сторонние видео сервисы	✔
Video On Demand	✔
TV On Demand	✘
Online TV	✔
Подписки на контент	✘
Выделенный интернет-канал для IPTV	✘
Приложение для консолей	✔
Приложение для Smart TV	✔

J'son & Partners
Management Consultancy

Что-то новенькое - это всегда интересно и безусловно перспективно.

Исследования предпочтений западных зрителей и возможностей иностранных операторов говорят о том же - обойти конкурентов можно только за счёт особенностей контента.

Надо сказать, что времена, когда мы завидовали заграничным телезрителям прошли окончательно и бесповоротно. Теперь и цены, и контент, и у нас и за границей, вполне сравнимы. Основное отличие - опять же в дополнительных услугах.

Великобритания



12,7 млн абонентов платного ТВ
29% - пользователи дополнительных сервисов

- ❖ 70 каналов базового пакета за £20 в месяц
- ❖ Catch up
- ❖ TV Anywhere: ПК, мобильные устройства

Особенности

- ➢ On Demand
  - Video (4 000 фильмов от £1,99 до £4,99)
  - TV (зависит от подписки на пакет каналов абонента)
  - Music (250 000 клипов)
- ➢ Подписка на Netflix от £5,99 в месяц
- ➢ Управление приставкой с мобильного устройства
- ➢ Выделенный Интернет-канал 10 Мбит/с для IPTV
- ➢ Нет приложений для консолей и Smart TV

Германия

Kabel Deutschland
Ein Vodafone Unternehmen.
vodafone

Videothek



2,5 млн абонентов платного ТВ
ARPU – €11,07

✓ 138 каналов базового пакета за €3,99 в месяц

✓ Catch-up: до 30 дней после трансляции

Особенности

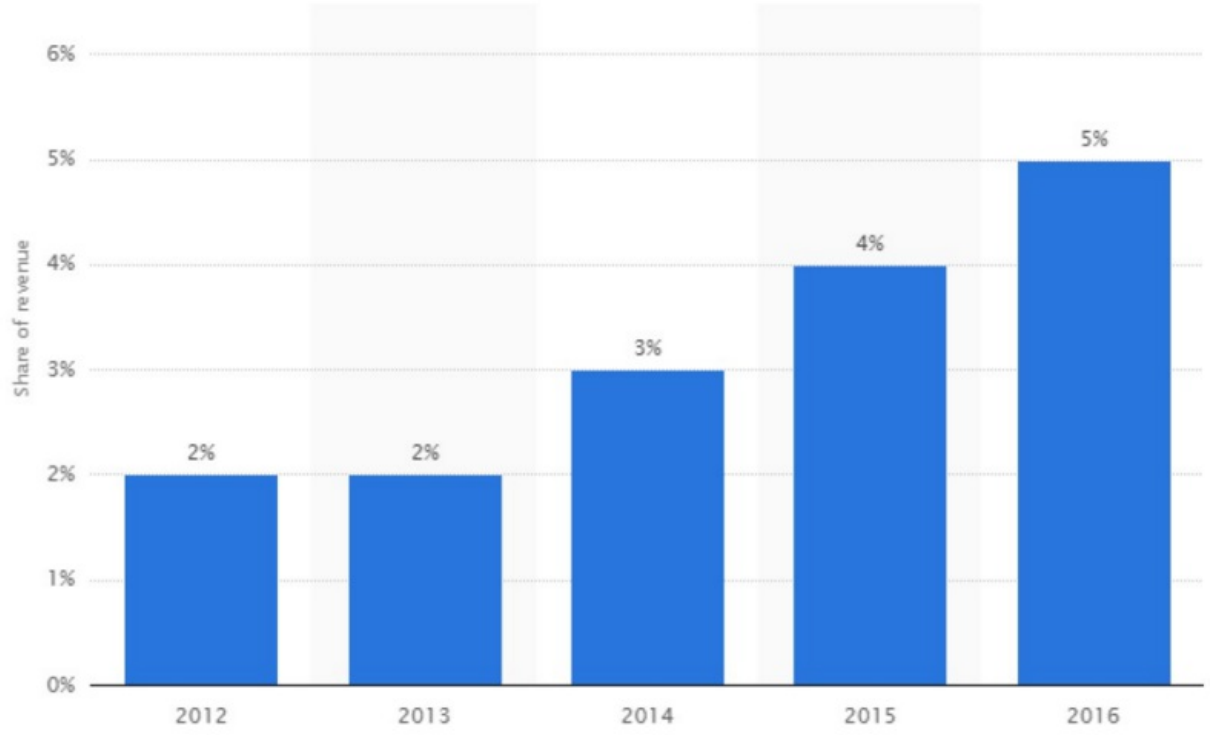
- 157 каналов бесплатно в первые 6 месяцев. С 7-го месяца – €9,99
- Управление приставкой с мобильного устройства
- VOD: 4 000 фильмов от €0,99
- Нет приложений для консолей и Smart TV

J'son & Partners
Management Consultancy

9

Между тем, судя по первой диаграмме, самыми высокими темпами растёт именно рынок OTT видеоприставок, хотя, конечно, по количеству они пока уступают SmartTV и игровым консолям, но если интерес пользователей сохранится, то могут догнать, а то и перегнать соперников. И от готовности российских операторов целиком и полностью зависит судьба OTT-ТВ на нашем рынке. Ситуация на сегодня такова. Доля доходов OTT общем объёме доходов операторов постоянно увеличивается, а это только подтверждает перспективность направления.

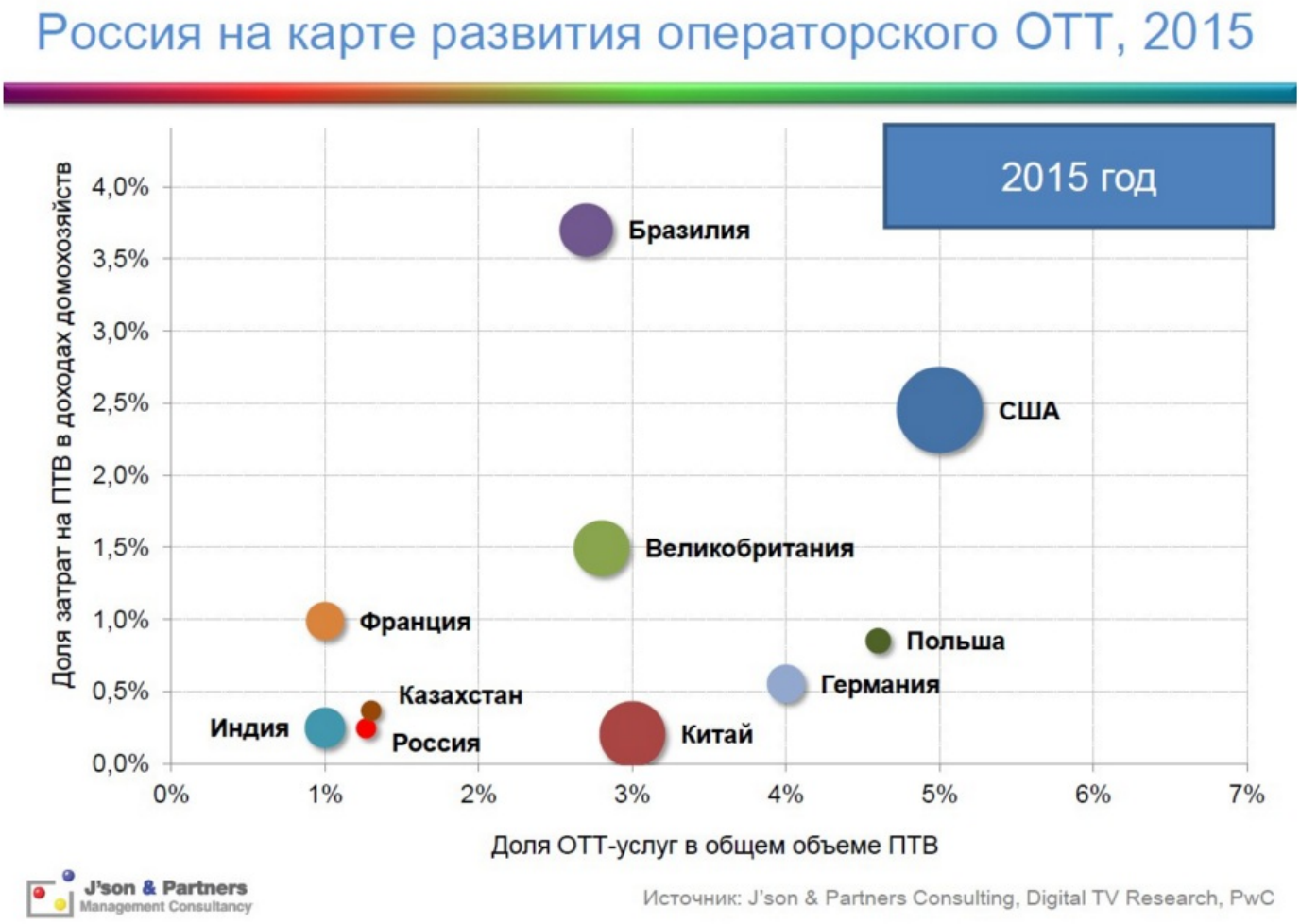
Доля OTT в доходах операторов мира



J'son & Partners
Management Consultancy

Источник: PWC
Доля OTT в выручке операторов платного ТВ мира

Надо сказать, что резервов, судя по следующей диаграмме, на российском рынке сегодня предостаточно.



Пока мы даже немного уступаем Казахстану по ОТТ, да и по доле затрат на платное телевидение нам далеко даже до Польши, не говоря уже о небогатых Индии или Бразилии. И не надо кивать на то,что у них, мол, цены выше. Вот они, средние цены:

Примеры ARPU платного ТВ в странах мира

	ARPU платного ТВ, долларов США в месяц
США	89,1
Великобритания	39,3
Бразилия	31,8
Франция	25,6
Германия	15,4
Польша	13,1
Казахстан	4,6
Китай	3,1
Индия	2,4
Россия	2,4

J'son & Partners Management Consultancy

Источник: J'son & Partners Consulting, Digital TV Research
Данные по России и Казахстану приведены по среднему курсу валют стран к доллару США за 2015 год

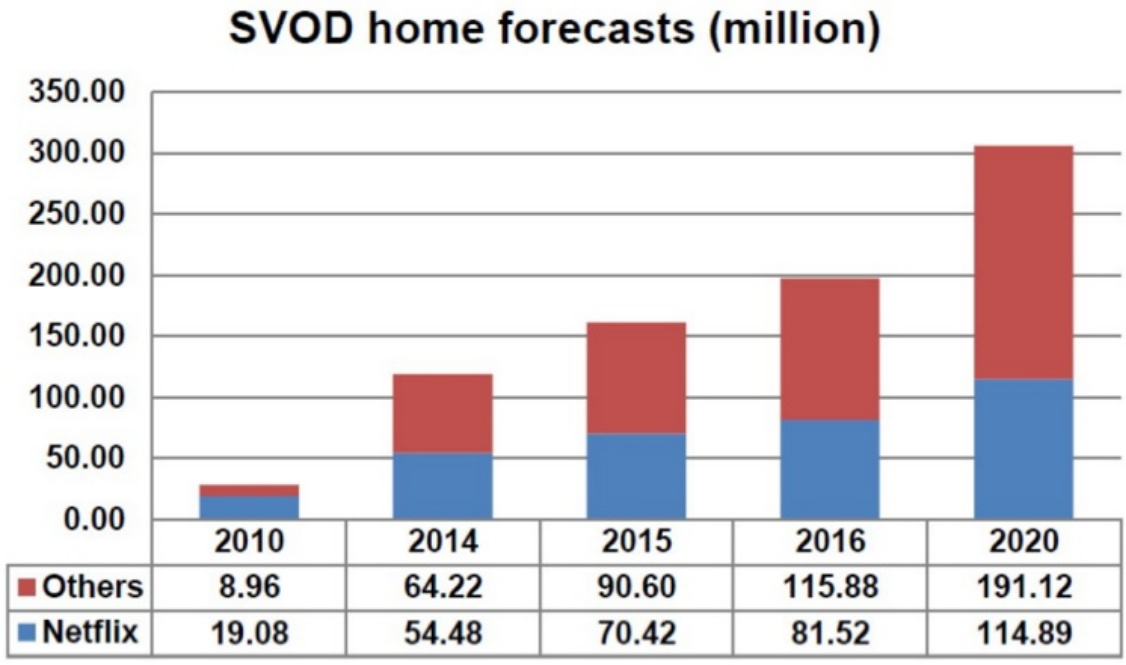
Ну да, средняя цена в нашей стране на уровне Индии, а абоненты, которые хотят "всё, сразу и качественно" давно уже готовы платить больше, так что именно за счёт тех, кто хочет получить больше можно серьёзно повысить средний ARPU.

Понятно, что на тарифы влияет платёжеспособность абонента. При этом наши сограждане тратят на платное ТВ меньше, чем американские или английские, даже в процентном отношении к совокупному доходу домохозяйства:



И снова - расходы ниже всех, причём уже в процентном соотношении, при том, что зарабатываем мы чуть больше бразильцев и индусов. Следовательно могут россияне потратиться. Главное, уловить тенденцию. А она по мнению экспертов такова:

Количество пользователей Netflix и других подписочных OTT-сервисов в мире



	2010	2014	2015	2016	2020
Others	8.96	64.22	90.60	115.88	191.12
Netflix	19.08	54.48	70.42	81.52	114.89

J'son & Partners Management Consultancy

Источник: Digital TV Research

Спрос, следовательно, будет расти. Главное - не отстать, поторопиться и предложить абонентам самые соблазнительные возможности:

Примеры OTT-решений операторов для своих абонентов

Оператор	Сервис	Наполнение	Особенности
verizon	FiOS ON DEMAND	30 000 фильмов и сериалов	Возможность составления абонентом индивидуального пакета каналов
at&t U-verse	U-verse MOVIES	500 000 фильмов, сериалов, шоу и телепередач	Показ музыкальных клипов
Kabel Deutschland Ein Vodafone Unternehmen.	SELECT VIDEO Kabel Deutschland Ein Vodafone Unternehmen.	4 000 фильмов	Catch-up 60 ТВ-каналов от 7 до 30 дней
orange	Vidéo à la demande	7 000 фильмов, сериалов, анимации и документальных фильмов	Возможность покупки контента навсегда (EST)
Virgin media	On Demand	4 000 часов шоу и фильмов	Catch-up 45 ТВ-каналов до 7 дней

J'son & Partners Management Consultancy

Источник: данные операторов

Да, операторам сегодня очень непросто. Свободные ниши заняты и экстенсивное расширение практически невозможно. А интенсивные методы найти крайне сложно, поскольку увеличение абонентской платы - это скорее способ оттолкнуть абонентов, своими собственными руками отдать их конкуренту. В этой ситуации новый платный сервис может стать идеальным средством для достижения цели. Тенденция роста интереса к OTT налицо и, смею предположить, именно OTT - может оказаться тем самым способом, которым оператор привлечёт как дополнительные средства, так и новых абонентов.