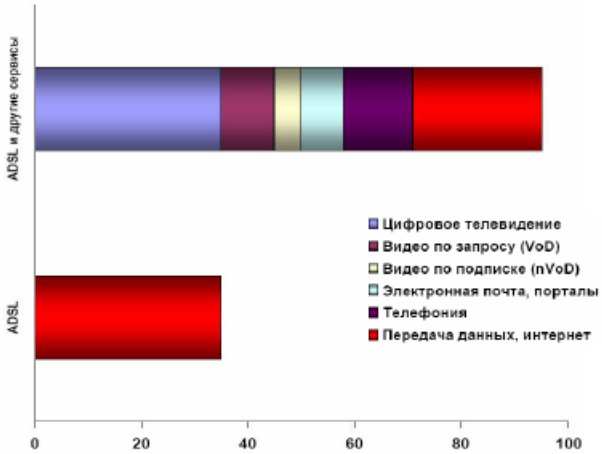
# Чему учит IPTV?

Радио на завоевание аудитории в 50 млн. человек потребовалось 38 лет, телевидению уже 13, а интернету всего четыре года. Часто употребляемое сравнение призвано показать, насколько стремительно «сеть сетей» утверждает свою всепобеждающую роль в коммуникациях дня сегодняшнего и завтрашнего. Вот только до сих пор, несмотря на то, что интернет появился 42 года тому назад, подвинуть телевидение, которое уже более полувека властвует в гостиной большинства домов, интернет пока не смог. Правда «*революция, о необходимости которой так долго говорили*» (В. Ульянов), в ближайшее время, вероятно, все-таки свершится. К чему она приведет, когда «скрестят трудно совместимое», с одной стороны диван и телевизор, а с другой, интернет и компьютер?

До недавних пор в связи действовал принцип «кесарю кесарево, а Богу Богово». Разные услуги были разделены технологией и жили отдельно друг от друга. Как пример можно взять наиболее крупные сегменты, поставившие провайдеров на два лагеря: кабельное телевидение и телефонная связь. Что впрочем, никому не мешало смотреть по сторонам, «облизываясь» на доходы друг друга и желая вобрать их в свою EBITDA-у. Рубикон был перейден* с появлением сетей передачи данных, бурное развитие которым дал интернет. В сетях доступа разные операторы связи, доселе не ведавших телевидения, стали внедрять решения на базе IPTV, предлагая абонентам в своей, и только в своей сети, где можно было «выдержать» параметры QoS и реализовать мультикаст, за дополнительную плату получить множество ТВ каналов.

Это было время больших и дорогих решений. Чтобы дать для пользователей в свою сеть телевидение, надо было изрядно потратиться, как минимум на головную станцию, систему защиты контента CAS/DRM, VOD-сервера, Middleware, и естественно абонентские приставки, STB. При этом наречие «изрядно» приведено здесь в смысле «до безобразия» много. Стоимость решения IPTV, только в аппаратной части, на 10 тыс. пользователей выходила по скромным оценкам в пару миллионов, «вечнозеленых» понятно. Зато там, «За лесом, где подлый враг...» (С. Лукьяненко), концепция Triple Play, объединяя в одно целое широкополосный доступ в интернет, кабельное телевидение и телефонную связь, обещала провайдерам рай. Ведь глядя, для примера, на диаграмму ниже, трудно удержаться от искушения приумножить доход, увеличив КПД в сети. Чего стоят деньги по дороге в рай, который вот здесь, рядом, только «протяни руку»?



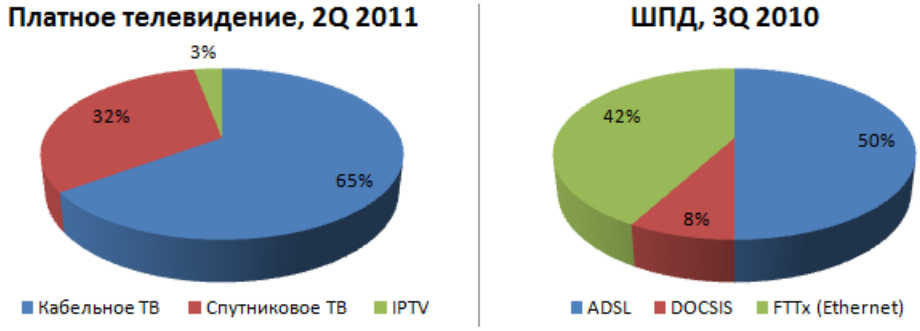

Презентация «**IPTV в России и странах СНГ. Реальность и мифы**» на 11-ой Конференции по IP-телефонии и IP-коммуникациям, АМТ-Груп

Впрочем, обратная сторона медали в том, что операторы из мира телевидения, а точнее кабельного (КТВ), на месте также не стояли. В 1996 году они первыми нарушили нейтралитет и, реализовав в своих сетях передачу данных на базе DOCSIS, за несколько лет заняли значительную долю рынка интернет в Северной Америке, удерживая ее до сих пор. Разогрев свой аппетит, который, как известно, растет во время еды, кабельные операторы пошли дальше и стали предоставлять услуги телефонной связи. Правда в борьбе за исконные рынки телефонных провайдеров, кабельные не то чтобы проиграли, но занять сильные позиции так и не смогли.

**Взгляд на рынок Северной Америки:** *В Comcast, крупном кабельном операторе, доля голоса во 2 составляет 9.4%, $878M против общего дохода в $9 341M, в то время как услуги видео заняли долю 52.9% ($4 941M). В AT&T, крупном телефонном операторе, во 2 года доля голосовых услуг составила 20.1%, $6 342M при общем доходе в $31 499M, а от услуг U-verse TV(Triple Play) доход составил порядка 578M (1.8%). Зато доля услуг High-Speed Internet в Comcast и Data в AT&T составляет примерно равную часть, 23% для обеих компаний от общего дохода.*

Беря в пример Северную Америку, получается интересное наблюдение. Ни одна из сторон, имея в виду кабельных и телефонных операторов в Северной Америке, в традиционном для противной стороны сегменте успеха не добилась. Зато обе стороны активно работают на нейтральном поле, завязав борьбу за рынок доступа в интернет. Естественно, в других странах, в зависимости от сложившихся на рынке условий, ситуация будет иной.

В России, несмотря на бурное развитие в последнее время услуг платного телевидения, число абонентов, которого по итогу первого полугодия этого года достигло 23 млн., на IPTV приходится всего 3% подключений, где львиная доля достается Ростелекому (МРК), МТС (СТРИМ-ТВ в Москве) и Вымпелкому. После того как вендоры «сняли сливки» с первых внедрений в сетях крупных операторов и сбавили стоимость решений, IPTV могло бы зажить у нас новой жизнью, заиграть, так как есть в наличии обратный канал, в полной мере красками интерактива. Ведь сейчас основная масса кабельного телевидения в России представлена аналоговыми сетями, где стоимость внедрения преимуществ «цифры» зачастую сопоставима со стоимостью IPTV, а нередко и выше. Тем более, многие операторы обслуживают обе инфраструктуры, FTTx для интернета и HFC (Hybrid Fiber Coaxial) для телевидения. А содержать две сети всегда дороже, чем одну.




Структура рынка платного телевидения (iKS-Consulting) и широкополосного доступа (J`Son & Partners Consulting) по технологиям

Вот только мешает, то есть будет мешать приставка «бы» и ирония судьбы, которая дама верткая и любит казусы. За время, пока провайдеры готовились дать пользователям, и только своим, «хлеба и зрелищ», ставя на интерактив как «видео-по-запросу» и закрытые, проприетарные решения, - многое изменилось. «Гонка скоростей» под лозунгом «возьмите еще больше полосы за те же деньги» разогнала доступ пользователей к ресурсам интернет. Полосы стало хватать чтобы подать видео-поток в HD качестве и оказалось, что видео вполне можно доставлять поверх интернет (OTT, over the top), чем и воспользовались многие контент-провайдеры, где иной модели как «поверх» и не знают, запустив свои проекты. Ярким явлением модели OTT, не обремененной, в отличие от «операторского» телевидения инфраструктурой, а значит и затратами на нее, стал Netflix.

Попутно компьютер «шагнул» в телевизор, где идея Smart TV, умного устройства в гостиной, стала завоевывать мир. К примеру, в России уже сегодня доля «умных» ТВ в продажах розничной сети «М.Видео» превысила 20%. «*Все чаще устройства бытовой электроники с доступом в интернет соперничают между собой чтобы стать центром так называемой цифровой гостиной, агрегируя контент для всего дома, фильмы, телевизионные программы, видео и музыку*», - считает Jordan Selburn, главный аналитик по системам пользователей в IHS iSuppli. В компании прогнозируют, что к 2013 году поставки телевизоров, приставок и Blu-Ray проигрывателей будут превышать 503,6 млн. единиц, почти в два раза больше, чем компьютеров. «*Интернет больше не только для ПК*», - говорит Selburn.

Сохранив за телевизором его главное преимущество - простую модель потребления, когда пользователь включает, нажимает и смотрит, - интернет расширил, привнес в телевидение новые плюсы. Пользователь сам выбирает, что ему смотреть, благо выбор есть, и когда. Как видно, интерактивное телевидение, мечту о котором так долго лелеяли операторы, контент-провайдеры сделали на раз-два-три, реализовав идею за каких-то три-четыре года. Ведь не так давно правообладатели и слышать не хотели про интернет.

Не правда ли, хороший повод задуматься о преимуществах для пользователя IPTV, как частного решения на сети оператора? Дело в том, что любой сервис, который будет работать поверх IP, а значит интернета, может быть, и с высокой вероятностью будет реализован на стороне. Чтобы оценить перспективы в «борьбе», достаточно вспомнить электронную почту. Ту самую, которая

сегодня является драйвером «облачных вычислений», а когда-то, еще во времена UUCP, до IP, была основной услугой «новых» операторов.