

Развитие услуг доступа к интернету открывает возможности формирования сервисов, которые работают поверх широкополосного доступа. Операторам самое время думать о новых моделях своего продвижения, и эта тенденция развивается по нарастающей. За одним из сервисов стоит технология OTT (аббр. от англ. Over the Top) – метод предоставления видеослужб через интернет. Такая концепция позволяет более эффективно использовать контент, привлекать новых абонентов и увеличивать доходность бизнеса за счет дифференциации услуг и введения онлайн-продаж. О реальной потребности такой технологии, планах и ожиданиях операторов беседуем с Сергеем КУРИЛОВИЧЕМ, начальником отдела маркетинга и сбыта ОАО «ПРОМСВЯЗЬ».

OTT-телевидение:

## ПЕРЕМЕНЫ

# «ГОЛУБОГО ОГОНЯКА»



– Уже очевидно, что интернет-телевидение стремительно осваивает все большую аудиторию и на нынешний день лидирует среди кабельного, спутникового и эфирного ТВ, – говорит Сергей Курилович, – потому что пользователи все чаще отдают предпочтение широкому выбору возможностей применения телевизионного контента, который до недавнего времени был практически недоступен. Просмотр передач в формате потокового видео можно осуществлять на сайтах соответствующих телеканалов либо при помощи специальных приложений.

**– А что ОАО «ПРОМСВЯЗЬ», как один из крупных производителей и поставщиков телекоммуникационного оборудования на отечественном рынке, может предложить операторам электросвязи и абонентам, заинтересованным в переходе на данную технологию?**

– В минувшем году мы озадачились идеей освоения производства OTT-приставки. Был проведен анализ существующих продуктов, доступности и разновидности



комплектации, а также типовых потребностей провайдеров и абонентов, исходя из собственного представления. С точки зрения производителя, OTT-приставка не сильно отличается от других абонентских устройств, например приставки IP-телевидения либо эфирного приемника DVB-T/T2. Главное отличие – программная начинка как внутри самой приставки, так и на стороне поставщика контента.

Исходя из этого, мы рассматриваем возможность освоения производства приставок для OTT-вещания под управлением операционной системы Android, которая имеет ряд

неоспоримых преимуществ в виде открытости с точки зрения разработки и наличия большого количества уже готовых сторонних программ, способных дополнительно раскрыть весь потенциал устройства.

**– Нуждается ли потребитель в еще одном абонентском устройстве на своем столе, особенно в эпоху развития IP-телевидения, растущего проникновения SMART-телевизоров?**

Действительно, непростой вопрос. С потребительской точки зрения, OTT и IPTV – это все та же «черная коробочка», которая раздает телевидение, только не по сетям кабельного ТВ, а через интернет. Ее наличие в квартире одновременно со SMART-телевизором действительно выглядит странно. Но эти вопросы касаются только специалистов сферы ТВ, отслеживающих информацию о новинках и ориентирующихся в современных технологиях.

Я убежден, что уровень среднестатистического абонента далек от глубокопрофессиональной спецификации, и думаю, провайдеры это с легкостью подтвердят. Например,

если сравнить соотношение абонентских баз операторов кабельного и IP-телевидения, то можно заметить определенный рост IPTV. Тем не менее у нас еще сохраняется порядка 1,5 млн абонентов кабельного телевидения. И дело вовсе не в отсутствии необходимой инфраструктуры. Ведь количество абонентов только стационарного ШПД у нас примерно сопоставимо с общей абонентской базой телевизионного просмотра, а это значит, что даже при наличии в доме технической возможности подключения IP-телевидения абонент продолжает пользоваться кабельным, как правило, предоставляющим меньший набор возможностей и дополнительных услуг.

Для операторов это ниша и потенциальная абонентская база, способная генерировать дополнительную выручку, с которой можно и нужно работать. А для нас – потенциальные пользователи нашей продукции.

**– Кстати, можете ли сказать, какой процент существующей абонентской базы IP-телевидения реально пользуется дополнительными интерактивными сервисами?**

– Относительно SMART-телевизоров: их проникновение, по нашим оценкам, пока не столь велико, как это кажется на первый взгляд. Число абонентов, имеющих у себя дома SMART-телевизор, которые при этом разобрались с настройкой и используют SMART-сервисы, еще меньше. Несмотря на наличие у крупнейших операторов страны сервисов OTT/IP-телевидения, т. е. технической возможности просмотра телевидения напрямую со SMART-телевизора, обратите внимание, сколько ими выдается STB-приставок абоненту. В целом по стране счет идет на сотни тысяч ежегодно! Это значит, что среднестатистический абонент все так же хочет прийти домой, привычно взять пульт телеприемника и, как говорится, не заморачиваться с настройками,

подписками, плей-листами и прочими атрибутами интернет-телевидения. Абоненту нужен стабильный и надежный сервис.

Если под SMART-телевидением понимать просмотр программ не только с телевизора, а с любого абонентского устройства (планшет, телефон и прочее), то за этим, конечно, будущее. Но глобально такая пора вряд ли наступит раньше, чем закончится срок службы у приобретенной сегодня OTT-приставки.

**– В самом деле, каждый желающий абонент сегодня может обратиться в магазин или открыть сайт в сети интернет и свободно приобрести любую модель OTT-приставки. Это позволяет спокойно, а порой и абсолютно бесплатно просматривать десятки и сотни телепрограмм. Чем вы отличаетесь от сотен других производителей?**

– Отчасти такое утверждение справедливо. Но приобрести в магазине OTT-приставку – это все равно что купить себе лыжи летом. Сразу не поедешь, т. к. нужно решить еще целый ряд сопутствующих вопросов – какие ботинки использовать, какую смазку, где найти лыжню и так далее. Что-то подобное и с приставкой: разобраться с настройками, выбрать поставщика контента, если это бесплатный просмотр – разобраться с плей-листами и быть готовым постоянно их обновлять. Еще есть ряд вопросов, связанных с качеством и стабильностью трансляции, особенно крупных событий, например спортивных... Если говорить о среднестатистическом ТВ-абоненте, нам кажется, все это его скорее отпугивает, чем привлекает. Но самый главный момент – набор сервисов, которые может предоставить даже стандартная OTT-платформа. Я не знаю бесплатных сервисов, которые предоставляют весь набор интерактивных услуг. Без них купленная OTT-приставка будет отличаться от кабельного телевидения лишь возможностью просмотра

большого количества каналов, если удастся самостоятельно решить вопрос с качеством и стабильностью трансляции. Наполнить и в полной мере раскрыть данную технологию может только поставщик услуг. Поэтому успех для себя мы видим в первую очередь в правильном позиционировании нашего продукта. При этом немаловажно, что у нас большой опыт работы и понимание потребности заказчика в секторе B2B.

Если поставщик услуг заинтересован в наличии широких возможностей по абонентскому оборудованию и заранее позаботился об интеграции разных вендоров в эксплуатируемую им OTT/IPTV-платформу, то мы готовы взять на себя функции поставщика абонентского оборудования.

**– В чем отличительная особенность вашей продукции и что вы готовы предложить операторам?**

– В период насыщенности рынка продукцией, изготовленной, как говорится, на коленке дяди Ляо, предложить что-то свехоригинальное достаточно сложно. Но, если речь идет об операторском бизнесе, заинтересованном в предсказуемых характеристиках и качестве, мы можем обеспечить интеграцию, местную поддержку и сопровождение, аппаратную и программную конфигурацию под требования заказчика. За нами – брендинг как по внешнему виду, так и по упаковке, программному наполнению под конкретную торговую марку. Немаловажный фактор – доступность на складе необходимого количества оборудования в зависимости от текущих потребностей, в том числе при проведении акций. Можем взять на себя функции интегратора в другие популярные платформы, например YouTube, Netflix, Hulu. Хотя для некоторых поставщиков это может оказаться скорее минусом, чем плюсом.

В любом случае работать с конкретным производством всегда проще и более предсказуемо, чем с продавцом.