

ТВ попало в сети

23 октября 2012 11:22

Источник: ТАСС-Телеком

Россия стала мировым лидером по темпам развития IPTV. Число подписчиков IPTV в России за год выросло на 17% до 1,93 млн домохозяйств. Об этом говорят итоги исследования, проведенного компанией Point Topic. По этому показателю Россия стала мировым лидером, причем почти половина абонентов, по данным аналитиков, приходится на "Ростелеком".



Число абонентов IPTV в мире за последние 12 месяцев выросло на 15,9 млн человек, достигнув 69,1 млн, говорится в исследовании. Лидерами по этому показателю являются Китай, Франция и США, а Россия занимает 7 место. Однако популярность интернет-телевидения наибольшими темпами растет именно в России. Такую же тенденцию выявили и аналитики J'son&Partners Consulting. По их данным, количество абонентов IPTV в РФ уже на первое полугодие 2012 достигло отметки в 1,89 млн домохозяйств. При этом число абонентов, подключенных к услуге IPTV оператора "Ростелеком", составило 1 млн домохозяйств, то есть 52,9% рынка. Успехи в этом сегменте демонстрируют также МТС и "ВымпелКом".

Рост абонентов интерактивного ТВ "Ростелекома" с октября 2011 года по июль года текущего составил почти 100% – с 500 тыс до 1 млн. Подписчики имеют возможность пользоваться услугой не только с помощью обычной ТВ-приставки, но и через медиа-портал Zabava.ru. *"Существенным преимуществом "Интерактивного ТВ" является широкий спектр дополнительных интерактивных сервисов: запись телеэфира, возможность поставить трансляцию на паузу, функция перемотки, видеопрокат, архив передач",* - отмечают в компании.

Другие российские операторы, предлагающие услуги IPTV, также делают ставку на интерактивность и свободу в выборе контента. В конце 3 квартала 2012 года абонентская база "Билайн" ТВ достигла 800 тыс. В конце второго квартала этот показатель составлял 750 тыс., напомнили в компании. Привлечению абонентов, как отмечают в "ВымпелКоме", способствуют возможность управления эфиром, доступ к каталогу видео по запросу, интерактивные приложения и другие сервисы, которые позволяет реализовывать технология IPTV. "Безусловно, важнейшую роль в популярности ТВ-услуги играет контент. Мы уделяем большое внимание не только расширению ассортимента каналов и библиотеки видео по

запросу, но и развитию HD-контента, который становится все более востребованным", - сказали ТАСС-Телеком в пресс-службе компании. Важно также развитие удобных для абонента моделей приобретения контента: тематические пакеты, возможность приобретения отдельных каналов.

МТС в апреле 2012 года запустила модель индивидуального пакетирования IPTV каналов в Москве, которая позволяет пользователям самостоятельно формировать список телеканалов. В регионах оператор развивает цифровое телевидение на основе технологии DVB-S, которая сравнима по функционалу с IPTV и позволяет пользователям получить доступ к HD-контенту и интерактивным сервисам. Цифровой сигнал запущен в 150 городах, клиентам МТС доступны 118 телеканалов: базовый пакет и 6 специальных тематических телепакетов.

"Для нас привлекательность ТВ-продуктов весьма критична, потому что платное телевидение – это драйвер роста продаж пакетных приложений", - отмечают в пресс-службе МТС. По данным компании, 30% процентов пользователей указывают телевидение как решающий фактор выбора оператора, более чем в два раза меньше – 12% подключают пакетные услуги из-за преимуществ широкополосного доступа в интернет. По итогам 2011 года доля IPTV на российском рынке платного телевидения в целом, по данным J'son&Partners Consulting, составляла 5%, в то время как на кабельное телевидение приходилось более половины этого рынка, а 32% - на спутниковое. В то же время, аналитики отмечают снижение доли кабельного ТВ и увеличение доли IPTV. Аналитики полагают, что к 2016 году, после перехода России на цифровое вещание, платным телевидением будут пользоваться уже около 63% населения.

"Рынок платного ТВ развивается бурно, невзирая на сложные коммерческие проблемы", - отмечает президент Ассоциации кабельного телевидения Юрий Припачкин. По его данным, в 2011 году рост рынка платного ТВ в России составил 20%. Операторы считают, что теперь необходимо уделять больше внимания наполнению телеканалов качественным контентом, а также персонализации телевидения, когда человек может смотреть что захочет и когда захочет. "В течение 2-3 лет будут серьезно удешевлены технологические решения, и телевидение сможет работать с персональным абонентом", - считает Припачкин.