

# «Business Models Media & Telecom 2.0: поиск новых моделей для телекоммуникационной и медиаиндустрии

*Нина Лысова*

25 апреля 2012 года в столичном отеле Holiday Inn Lesnaya компания SVM Group при поддержке Минкомсвязи России провела Второй международный форум «Business Models Media & Telecom 2.0: Ключевые стратегии монетизации». Генеральным партнером мероприятия выступила компания «Мегафон». Краткая информация об этом важном событии в российской телекоммуникационной и медиаиндустрии была опубликована в предыдущем номере журнала. А сейчас немного подробнее о тех выступлениях и дискуссиях, которые прошли в рамках форума.

Одна из основных задач этого мероприятия – дать игрокам рынка ключевые ориентиры, помочь понять, куда, как и в партнерстве с кем идти дальше, чтобы не потерять темпы роста и стать успешными. Поэтому в 25 докладах, подготовленных ведущими российскими и зарубежными экспертами, обсуждались перспективные идеи, концепции, бизнес-модели и варианты стратегии, которые будут определять развитие отрасли телекоммуникаций и СМИ на несколько лет вперед.

Работа форума началась с пленарного заседания «Стратегические инициативы, сценарии и тренды телеком- и медиаиндустрии в условиях трансформации», которое провел Евгений Соломатин («Коминфо Консалтинг»). С первым докладом на нем выступил Тьерри Дье (ETNO), он рассказал о деятельности ETNO и представил подробный анализ европейского рынка телекоммуникаций, а также рассмотрел возможности для создания конкурентоспособной бизнес-среды в Евросоюзе. Тьерри Дье подчеркнул необходимость внедрения новых моделей с дифференцированной оплатой услуг вместо единой ставки за объем предоставляемого контента и заключения соглашений с OTT-операторами, а также применения облачных технологий.

О новых бизнес-моделях, которые, учитывая потребности своих клиентов, использует «Мегафон» в России и зарубежных странах рассказал Николай

Мазур («Мегафон»). Он отметил, что оператор обязан обеспечить абонентам качественный доступ к контенту, причем и фиксированный, и мобильный, а это невозможно без внедрения новых технологий и современных сервисов. Поэтому в «Мегафоне» была создана компания MegaLabs, которая должна решить следующие задачи: улучшить обслуживание клиентов, расширить доступные возможности и предложить новые инновационные сервисы. Для успешной конкуренции в отрасли мобильной связи необходимо применять технологии следующих поколений – 3G (UMTS) и 4G (LTE), и компания уже провела тестирование технологий 4G в олимпийском Сочи. По оценкам Juniper Research, к концу этого года в мире будет около полумиллиона пользователей мобильной связи стандарта LTE (Long-Term Evolution), а к 2015 году – уже 300 млн.

Алексей Чурин (IBM), основываясь на результатах исследования, которые были проведены IBM, привел данные о российских потребителях телекоммуникационных услуг в 2011 году. Он отметил, что потребительское восприятие услуг связи в нашей стране оставляет желать лучшего (52% респондентов выразили недовольство качеством предоставляемых услуг), но при этом в планах более 25% из опрашиваемых предполагается в ближайшие 2...3 года увеличение расходов на услуги связи.

О развитии сетей LTE в России рассказала Гульнара Хасьянова (Союз LTE). По ее мнению, технологии M2M позволят операторам сетей LTE получать дополнительный доход от услуг передачи данных, и к 2016 году M2M-услуги будут приносить операторам до 16% от общей выручки. «Особенности рынка M2M делают его притягательным для операторов. Абоненты M2M должны быть интересны операторам, так как они отличаются высокой лояльностью, и у них нет проблем с роумингом». Пока M2M-услуги занимают незначительную долю в структуре VAS (Value Added Services), меньшую, чем мобильное телевидение.

Однако к концу 2015 года, считает руководитель Союза операторов связи LTE, доля выручки от M2M в сетях 3G/4G составит 16% от общего объема продаж, и если операторы обеспечат покрытие сетей LTE, сопоставимое с 2G, то они смогут получать от M2M хорошую прибыль. Согласно оценкам J'son & Partners, к концу 2011 года объем мирового M2M-рынка составил 108 млн долларов, но уже в 2015 году он может вырасти до 359,3 млн долларов. Через три года на M2M-рынок будет приходиться 6% от общей абонентской базы мобильных операторов и 18,4 млн устройств. Что касается российского рынка, то по прогнозам в 2015 году он достигнет отметки в 107,5 млрд руб.

О стимулировании развития рынка за счет механизмов антимонопольного регулирования говорил Дмитрий Рутенберг (ФАС). В сложившихся реалиях телекоммуникационного рынка России должна меняться и роль государственного регулирования, смещаясь в направлении создания условий для совершенствования рынка, его дальнейшей либерализации и развития конкуренции. Жесткое государственное регулирование, в том числе ценовое, должно применяться только в тех случаях, когда рыночные механизмы дают существенные сбои. Для успешного развития и повышения инвестиционной привлекательности отрасли необходимо обеспечить эффективное отраслевое регулирование на основе принципов технологической нейтральности, ориентирование на развитие услуг, а не технологий. «Сейчас в ФАС функционирует рабочая группа, которая занимается разработкой комплекса мер по обеспечению перехода рынка услуг связи из состояния естественной монополии в конкурентное с введением технологической нейтральности регулирования. Этот комплекс включает единые правила для оказания услуг фиксированной и мобильной связи, изменения системы регулирования взаимодействия операторов и подходов к лицензированию различных услуг связи.

Заседание «TELCO & MEDIA 2.0: бизнес-стратегии и партнерство ведущих игроков рынка» провел Серж Ферре (председатель совета директоров ANOVO). О ключевых тенденциях телекоммуникационной индустрии на нем рассказал Карим Тага (управляющий партнер Arthur D. Little), а о возможностях развития сервисных бизнес-моделей на основе адаптируемых архитектур и конвергентных решений NVision Group – Сергей Алимбеков (NVision Group). Александр Панов («Группа ОНЭКСИМ») в докладе «Синергия телеком- и медиамиров» убеждал в перспективности интеграции медийных и телекоммуникационных услуг, а Елена Евдокимова (SAS Россия/СНГ) уверяла, что стратегическое планирование, основанное на аналитических данных, поможет решить ключевые вопросы бизнеса в условиях трансформации отрасли.

Модели партнерства и возможности монетизации обсуждались на сессии, которую провел Константин Анкилов («ИКС-Консалтинг»). В ее работе приняли участие Генри Ченг (BearingPoint), Евгений Васильев

(ММТ), Константин Матросов (МТС), Анатолий Воронцов («Далтон Медиа») и Андрей Вдовин (СТИ), который поделился накопленным опытом в реализации IPTV-проектов.

Завершающее заседание форума «Clouds & Infrastructure 2.0. технологии и экосистемы» провел независимый эксперт Эльдар Разроев. С докладом «Формирование окна возможностей для российских компаний в глобальной гонке облачных вычислений» выступил Виталий Слипень (INOVENTICA). Он отметил, что облачные технологии стремительно развиваются, в том числе и в нашей стране. Сегодня объем российского рынка облачных услуг составляет порядка 80 млн руб. и на нем работает почти 600 отечественных компаний. Однако, по мнению докладчика, уже через 2...3 года отечественных игроков на этом рынке может и не оказаться, поскольку его займут крупные международные компании. Пока у нас есть единственное преимущество – слабый рынок, в который зарубежные компании не делают серьезных инвестиций. Виталий Слипень проана-

лизировал структуру затрат на облачные сервисы и те возможности, которые можно сохранить для российских игроков рынка в ближайшей годы.

О перспективности использования облачных сервисов говорила Ирина Гришанова (MegaLabs), о партнерской платформе CDN 2.0 для создания и продвижения премиальных видеосервисов рассказал Константин Чумаченко (NGENIX CDN), возможности оператора как агрегатора облачных сервисов рассмотрел Константин Анисимов (Parallels), а Татьяна Цветкова (Fast Lane Ventures) рассказала об успехах компании в области разработки, запуска и продвижения инновационных интернет-бизнесов.

После выступлений докладчики ответили на вопросы участников форума, дискуссии продолжались и во время перерывов. Судя по общей атмосфере мероприятия и отзывам многих присутствующих, задачи, которые ставили организаторы форума, были решены, и началась подготовка к следующему форуму – он состоится в апреле 2013 года.

## НОВОСТИ

### День открытых дверей Avid

16 мая в московской гостинице «Золотое кольцо» представители компании Avid провели День открытых дверей для специалистов телеканалов и студий, занимающихся производством контента. Это первое крупное мероприятие, которое компания провела в России после длительного перерыва. Открывая его, Том Корднер, вице-президент департамента продаж региона EMEA (в него входят Европа, Ближний Восток и Африка, в том числе Россия и страны СНГ), отметил, что он удивлен тем, как быстро развивается медиарынок в России. По оценкам различных исследовательских компаний, ежегодный прирост рынка составляет порядка 20%. Если дело пойдет так и дальше, то в 2014 году российский рынок по объему займет четвертое место в регионе EMEA. Именно поэтому компания Avid планирует увеличить инвестиции в российский рынок и надеется на хорошие результаты.

В течение целого дня ведущие специалисты компании и ее представительства в России и странах СНГ рассказывали о решениях Avid и демонстрировали их возможности. Команду Avid на этом мероприятии представляли: Том Корднер; Джон Аслетт, директор отдела продаж в регионе, включающем Россию; Кевин Ашер, директор отдела предпроектного консалтинга EMEA; Жанна

Рохман, специалист по маркетингу на перспективных рынках; Сергей Прибыль, глава представительства в России и странах СНГ; Александр Шух, менеджер по работе с клиентами; Евгений Алмазов, специалист по технологиям Avid.

Особое внимание было уделено новинкам, которые Avid представила на NAB2012. Это и технология Interplay Sphere для получения, редактирования и обработки медиаданных с любого устройства из любой точки мира, которая базируется на облачной архитектуре для возможности удаленной работы с материалами в Media Composer и NewsCutter, и решение Multi-Platform Distribution (MPD), упрощающее процесс создания и распро-

странения контента на различных платформах. MPD управляет потоками данных и метаданных, принимая, перекодирова и отправляя контент в системы MAM, на платформы онлайн-видео и в социальные сети. Демонстрировалась и новинка в линейке дисковых массивов – ISIS 2000: хранилище для неоперативного доступа (near-line), которое интегрируется с системами Avid Interplay и позволяет хранить, упорядочивать и совместно управлять большими массивами данных. Речь также шла о решении для управления медиаактивами Interplay Production 2.6, поддерживающем несколько хранилищ ISIS и форматы ProRes, JPEG 2000 и 3D; модульной системе Interplay MAM 4, которая автоматизирует захват, производство, архивацию и распространение медиаактивов, web-приложении Interplay Central 1.2 с расширенными возможностями для управления медиаматериалами, а также ряде других.

В течение дня для специалистов была проведена серия семинаров: «Совместная работа в единой цифровой среде», Avid Media Asset Management, «Производство новостей & Avid Motion Graphics»; Avid Integrated Media Enterprise, «Решения Interplay MAM», «Облачная стратегия Avid», а также продемонстрированы проекты, реализованные на базе решений компании.



Команда Avid (слева направо): Джон Аслетт, Сергей Прибыль, Кевин Ашер, Том Корднер, Александр Шух, Жанна Рохман, Евгений Алмазов