

информационные технологии

Телезрители выучили «цифру»

С 13  Так, по мнению господина Галушко, цифровое ТВ дает возможность предоставления более широкого пакета телеканалов и более высокого качества приема сигнала при выгодной стоимости услуг. МТС предоставляет услуги цифрового кабельного телевидения в формате DVB-C в Ульяновской области, и она занимает одну из лидирующих позиций среди регионов Поволжья по темпам прироста абонентской базы цифрового кабельного телевидения МТС. «По итогам первого квартала 2015 года абонентская база в регионе увеличилась на 70% по сравнению с первым кварталом 2014 года. Сегодня на рынке домашних услуг как в Ульяновске, так и в Поволжье в целом, продолжается тенденция увеличения количества зрителей цифрового телевидения. Так, уже 59% всех подписчиков домашнего ТВ МТС в регионе смотрят каналы в цифровом качестве. Причем активный рост спроса на услуги цифрового ТВ происходит как за счет подключения новых абонентов, так и за счет перехода абонентов с аналогового на цифровой формат вещания. В первом квартале 2015 года число переключений с аналогового на цифровое телевидение увеличилось почти вдвое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», — рассказывает Евгений Галушко.

Телеком-«ОТТкрытие»

В последние годы помимо уже ставших привычными для большинства жителей кабельного, цифрового и IP-телевидения широкое распространение получает такая услуга, как предоставление ОТТ-видеосервисов.

● **ОТТ (Over the Top)** — технология доставки видеосигнала профессионального контента на устройство (компьютер, телевизоры Smart TV, планшет, мобильный телефон) посредством интернета без прямого контакта с оператором связи.

Так, по данным специалистов «ТМТ консалтинг», российский рынок легальных онлайн-видеосервисов, действующих по модели ОТТ и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент, вырос в 2014 году на 58% и составил 2,6 млрд рублей. Положительное влияние на рынок, по их мнению, оказали рост проникновения устройств с возможностью просмотра видео через интернет (smart-телевизоров, планшетов, смартфонов), а также активная работа сервисов с правообладателями, ведущая к расширению библиотеки, в том числе за счет киноновинок.

«В то же время во втором полугодии ухудшение экономической ситуации в стране привело к общему сокращению рекламного рынка и, в том числе, к снижению темпов роста видеорекламы в интернете. При этом выручка, полученная по платной модели (подписка, платный просмотр фильмов), продолжала расти высокими темпами, что было связано, в первую очередь, с распространением smart-телевизоров с предустановленными приложениями онлайн-кинотеатров и ростом числа предлагаемых ими киноновинок. По итогам года доходы, полученные по рекламной модели, составили 1,67 млрд руб., доходы, полученные по платной модели, — 0,93 млрд руб. Доля доходов от пользовательских платежей выросла с 22% в 2013 году до 36% в 2014-м», — отмечают аналитики «ТМТ консалтинга».

Говоря о региональном распределении аудитории ОТТ-видеосервисов, специалисты J'son & Partners Consulting отмечают, что в целом оно повторяет по структуре або-



Все больше абонентов хотят потреблять видеоконтент с мобильных устройств, и тогда, когда им это удобно

нентскую базу платного телевидения. Так, основная доля аудитории ОТТ ТВ приходится на Центральный (31%) и Приволжский (18%) федеральные округа.

Мульти в тренде

Рассуждая о тенденциях развития платного телевидения в Самарской, Ульяновской и Оренбургской областях в 2015 году, эксперты одной из главнейших и чуть ли не единственной называють продолжение роста спроса на цифровое ТВ.

При этом, по мнению финансового аналитика ИХ «Финам» Тимура Нигматуллина, цифровое ТВ едва ли полностью заменит кабельное. «Несмотря на очевидные преимущества, стоимость данной услуги и стоимость подключения значительно выше. Я ожидаю, что к 2018 году соотношение кабельного и цифрового ТВ будет на уровне 40% к 60%, — предполагает господин Нигматуллин.

«Очевидно, что в 2015 году основная тенденция на рынке фиксированных услуг — рост спроса на цифровое телевидение и, как следствие, снижение доли абонентов аналогового телевидения за счет их перехода на цифровой стандарт вещания — сохранится. Кроме того, все большее число абонентов будут отказываться от услуг небольших региональных игроков на рынке фиксированной связи в пользу крупных операторов связи, получая при этом значительные преимущества: расширенные пакеты телеканалов, пакеты телеканалов в HD-качестве, высокий уровень обслуживания, большое число точек оплаты услуг, различные программы лояльности», — заявляет Евгений Галушко.

«Тенденции рынка платного ТВ в Поволжье не отличаются от общероссийских. Продолжится увеличение проникновения и доли кабельного, цифрового, IP-телевидения. Усиливается тренд на полный переход телевидения в HD. Цифровое ТВ остается драйвером роста доходности за счет продажи дополнительных пакетов каналов, видеоконтента, дополнительных сервисов», — отмечают в пресс-службе телеком-оператора «Дом.ру», добавляя, что набирает обороты популярность нелинейной модели телесмотрения. «Все большее число пользова-

телей хотят потреблять видеоконтент с мобильных устройств и тогда, когда им это удобно. Мультиэкранность — один из ключевых трендов платного ТВ, который активно развивают и зарубежные, и российские операторы», — рассуждают специалисты «Дом.ру».

По данным департамента внешних коммуникаций МРФ «Волга» ОАО «Ростелеком», динамика подключений интерактивного ТВ в Поволжье в 2014 году показывает рост интереса как физических, так и юридических лиц к этой услуге и тем дополнительным возможностям управления своим телесмотрением, которые получают пользователи интерактивного ТВ. «К примеру, посредством опции «Управление просмотром» можно начать просмотр передачи с любого момента, воспользоваться паузой и перемоткой, посмотреть или пересмотреть из архива вышедшие в эфир программы за три последних дня. В начале этого года всем абонентам интерактивного ТВ стал доступен сервис «Мультискрин», который также расширяет пользовательские возможности услуги», — рассказывают в компании, поясняя, что «Мультискрин» позволяет объединить экраны для просмотра ТВ и видеоконтента: телевизор, компьютеры, ноутбуки, планшеты и Smart TV. К «Мультискрину» можно подключить до пяти устройств.

«Отличительная функция нового сервиса — сохранение позиций просмотра при смене экрана: например, можно поставить программу на паузу на телевизоре, а продолжить просмотр в дороге на планшете с того же самого места. Трафик автоматически подстраивается под технические характеристики устройств и мобильной сети передачи данных или сети Wi-Fi (рекомендуемая скорость — от 2,5 Мбит/с)», — поясняют в «Ростелекоме».

Еще одним трендом 2015 года, по мнению Евгения Галушко, станет рост числа абонентов, делающих выбор в пользу пакетных предложений, так как все большее число пользователей подключается не только телевидение, но и домашний интернет и телефонию. «Так, уже сегодня 75% новых клиентов домашних услуг от МТС подключают комплект „интернет + цифровое ТВ“, — рассказывает господин Галушко.

Екатерина Борисенкова

Банки сокращают дистанцию

— сектор рынка —

Рост дистанционных банковских сервисов активнее всего происходит в кризисные периоды. Сокращая число физических офисов, банки начинают активно развивать дистанционные каналы, что позволяет им сохранить качество обслуживания клиентов на должном уровне. По мнению экспертов, рост дистанционных сервисов продолжится, однако даже в далеком будущем они не смогут полностью заменить физические офисы.

Кризис не помеха

Рынок банковских услуг все активнее развивает интернет-пространство. Согласно данным исследования аналитического агентства Marksw Webb Rank & Report, 6%, или 23,3 млн, российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в городах с населением от 100 тысяч человек, работают с интернет-банкингом для частных лиц. Количество пользователей интернет-банкинга выросло за прошлый год на 51%. Дистанционные системы банковского обслуживания используют свыше 95% российских банков из топ-50 и топ-100, выяснила в прошлом году группа CNews Analytics.

Эксперты отмечают, что рост дистанционных банковских сервисов активнее всего происходит в кризисные периоды. «В связи со снижением объемов выдачи кредитов, банки сокращают число офисов, при этом одна из возможностей сохранить качество обслуживания клиентов на должном уровне — перевести обслуживание в дистанционные каналы», — объясняет заместитель директора регионального центра банка «Хюм кредит» в Самаре Оксана Заводчикова. «Благодаря внедрению дистанционных сервисов банки значительно снижают нагрузку на операционные подразделения, что позволяет добиться существенной оптимизации бизнес-процессов. Гораздо лучше, когда кли-

ент, к примеру, делает платежное поручение самостоятельно в интернет-банке, а не через офис кредитной организации», — добавляет руководитель проекта «Инвестиции 101.ру» Руслан Смирнов.

Растущую популярность сервисов дистанционного банковского обслуживания (ДБО) директор управления Банка XXI Поволжского банка Сбербанка России Александр Бродерзон также объясняет тем, что использование сервисов ДБО помогает экономить клиенту самый главный ресурс — время. «Удаленные каналы и сервисы позволяют пользоваться банковскими услугами, осуществлять платежи и переводы средств, открывать вклады и управлять финансами, не посещая офис банка. Достаточно иметь под рукой любой гаджет с выходом в интернет или телефон с подключенной услугой „Мобильный банк“, — говорит господин Бродерзон.

Внедряя услуги ДБО, время экономят и сами банки. «Дистанционные сервисы позволяют увеличить количество проводимых операций, расширить линейку предлагаемых продуктов, ликвидировать очереди в офисах банка и тем самым высвободить время на другие работы», — объясняет Александр Бродерзон.

Банк в кармане

Интернет-банк и мобильный банк сегодня наиболее востребованные и перспективные сервисы ДБО на рынке корпоративных финансовых услуг. И их популярность, по мнению экспертов, будет расти. Однако, по словам госпожи Заводчиковой, у банков есть две основные функции, которые пока сложно заменить дистанционными сервисами: это прием депозитов и консультации по кредитным продуктам. «Клиенты меньше доверяют банкам, у которых нет отделений, и менее охотно открывают в таких банках вклады. Что касается кредитов, то эти продукты могут вызывать у клиентов много вопросов, от-

веты на которые им привычнее получать лично от специалиста банка. Причем, желательно, в спокойной обстановке банковского офиса», — говорит Оксана Заводчикова.

В то же время Александр Бродерзон добавляет, что, например, у Сбербанка есть клиенты, которые закрывают 80% своих потребностей в общении с банком через онлайн-сервисы. «В будущем клиенту будет все равно, кто оказывает ему банковские услуги, банк, сотовый оператор или интернет-провайдер, например, — считает господин Бродерзон. — С другой стороны, существует определенная мировая статистика, согласно которой, 15% населения, даже если мы начнем развиваться семимильными шагами, всегда будут оставаться приверженцами физических офисов».

Старые привычки

Несмотря на, казалось бы, множество плюсов, онлайн-сервисы до сих пор не пользуются у клиентов банков в России такой же популярностью, как за рубежом. Причин этому, по мнению экспертов, несколько. «Внедрение систем ДБО за рубежом началось значительно раньше — уже в начале 80-х годов. За это время успели сложиться знания, умения и привычки клиентов, можно сказать, выработалась определенная культура, разрушены барьеры. У России все еще впереди», — рассуждает Александр Бродерзон.

Оксана Заводчикова приводит еще одну причину невысокой популярности интернет-банкинга в России — это слабая информированность клиентов о возможностях и преимуществах дистанционных сервисов. Тормозит развитие систем ДБО и недостаточное проникновение интернет-доступа в России, однако эксперты отмечают, что эта проблема постепенно решается, в том числе в небольших региональных городах. По мнению Руслана Смирнова, количество пользователей интернет-сервисов в России уже близко к числу таких клиентов за границей.

Екатерина Вьюшкова

Андрей Гончаров: «Сервисы ДБО постоянно совершенствуются»



— экспертное мнение —

Зачастую клиенты отказываются от использования сервисов дистанционного банковского обслуживания, сомневаясь в их безопасности. О том, как обеспечить сохранность средств при работе в интернет-банке или мобильном банке, а также о том, какое будущее ждет рынок удаленных каналов и сервисов, в интервью «Ъ-ИТ» рассказал председатель правления ОАО «Первобанк» Андрей Гончаров.

— Последнее время банки все больше стали уделять внимание развитию дистанционных сервисов. На ваш взгляд, с чем это связано?

— Любой универсальный банк заинтересован в том, чтобы предложить своим клиентам не только широкий спектр продуктов и услуг, но и удобные сервисы. Наличие таких сервисов и их функциональность — один из важных критериев при выборе банка. Например, клиенты Первобанка могут получить удаленный доступ ко всем своим счетам, картам, кредитам, обслуживаемым в нашем банке, а также осуществлять операции по ним, что позволяет существенно экономить время.

— Какие услуги ДБО сегодня наиболее популярны у клиентов?

— У нас в топ-5 наиболее популярных онлайн-сервисов среди частных лиц входят оплата услуг связи и услуг ЖКХ, оплата кредитов, открытие вкладов, перевод с карты на карту, а также оплата налогов и штрафов. Также большой популярностью пользуются автоматическая оплата тех или иных константных платежей по установленному клиентом расписанию (ежемесячные платежи по кредитам, оплата коммунальных услуг, мобильной связи).

Юридические лица чаще всего получают выписки по счетам, совершают платежные операции, депозитные операции, обмен документами и запросами.

— Есть ли какая-то статистика: кто больше пользуется сервисами ДБО — корпоративные клиенты или частные? И почему?

— Активнее всего сервисами дистанционного банковского обслуживания пользуются юридические лица. Причин для этого несколько. Во-первых, для этой категории клиентов интернет-сервисы появились гораздо раньше. Во-вторых, юридические лица чаще проводят операции со счетами. Для них использование систем ДБО стало нормой. К тому же это позволяет им значительно экономить время. Частные клиенты относительно недавно начали использовать мобильные банковские приложения. Но если говорить о темпах прироста активных пользователей, они вне конкуренции. Например, в Первобанке в 2013 году таких клиентов было около 9 тысяч, в первом квартале 2015 года их количество увеличилось до 15,5 тысячи. Такому значительному росту способствует массовое использование смартфонов, банковские приложения для которых разработаны большинством кредитных организаций.

Отмечу, согласно исследованию агентства «Эксперт РА», система «Интернет-Первобанк» входит в ТОП-20 рейтинга функциональности.

— Почему услуги ДБО в России не так популярны, как за границей?

— Основная причина в том, что сервисы ДБО в России появились значительно позже, чем в США и Европе. Люди постепенно привыкают к тому, что совершать финансовые операции дистанционно гораздо удобнее и быстрее. Например, в системе «Интернет-Первобанк» можно, находясь дома, купить валюту, проконвертировать ее, открыть депозитный счет, разместить на нем валюту или рубли, погасить кредит, осуществить налоговые и другие платежи и пр. Кроме того, при использовании дистанционных сервисов клиенты получают финансовую выгоду — комиссии по ряду услуг в этом случае ниже, чем при обращении в офис банка.

— Можно ли назвать работу в интернет-банке или мобильном банке безопасной?

— Сервисы ДБО постоянно совершенствуются, их функционал расширяется. Параллельно увеличивается и количество финансовых операций, совершаемых при помощи мобильных устройств и через интернет. Как следствие, банки особое внимание уделяют вопросу безопасности и сохранности средств клиентов. При этом сами клиенты должны выполнять правила безопасности: не заходить в интернет через чужие компьютеры или компьюте-

ры, к которым имеет доступ неограниченное количество лиц, не сообщать никому свой логин и пароль, пользоваться только компьютерами с лицензионным программным обеспечением и своевременно обновлять операционную систему, браузеры, антивирус и другие программы для защиты от хакерских атак.

Сервис «Интернет-Первобанк» для частных клиентов включает в себя несколько ступеней защиты. Во-первых, каждый вход в систему подтверждается индивидуальным клиентским логином и паролем, которые вводятся с помощью виртуальной клавиатуры. Во-вторых, для подтверждения входа в сервис необходимо ввести одноразовый SMS-пароль, который приходит на мобильный телефон клиента только при прохождении первой ступени. В-третьих, по всем операциям, которые совершаются в сервисе, клиенту в режиме реального времени приходит SMS. Несанкционированный подбор пароля в системе невозможен — после нескольких неуспешных попыток логин временно блокируется, а при повторных неуспешных попытках блокировку можно снять только в офисе банка.

— Можно ли говорить о том, что с течением времени банки полностью откажутся от физических офисов и перейдут в интернет?

— Наличие удобной и функциональной системы дистанционного обслуживания — важный фактор для клиентов при выборе банка. Наиболее популярны дистанционные сервисы у молодого поколения клиентов, для которых безличный расчет уже вошел в привычку. Впрочем, современные системы ДБО просты в использовании, их легко освоить людям любого возраста и любой подготовки. При этом клиентам старшего поколения важны и физические офисы, они привыкли к наличным деньгам, для многих из них важно личное общение с сотрудником банка. Ближайшие 10 лет банки точно не откажутся от открытия физических офисов. Это станет возможным только, когда более половины оборота по банковским картам будут безличными.

— Каким вы видите будущее сервисов ДБО?

— Я поклонник высокотехнологичных сервисов и положительно отношусь к их массовому распространению. Думаю, количество клиентов, пользующихся системой ДБО, будет только увеличиваться. Развитие самих сервисов будет происходить в сторону расширения функционала и простоты совершения транзакций.

Беседовала Марина Сергеева

Экономьте на звонках по России

Сократите затраты на связь в 6 раз

Пакет минут
• до 500 минут в подарок

Телефония
• от 100 рублей за линию

Интернет
• на скорости до 1 Гб/сек

Москва-на-Дону
позвонить!

Узнайте подробнее
8 800 333 9000
b2b.domru.ru

реклама

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Информационные технологии»). Учредитель — АО «Коммерсантъ». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Владимир Желонкин** — президент АО «Коммерсантъ» | **Мария Комарова** — генеральный директор АО «Коммерсантъ» | **Азерб Мурсалиев** — шеф-редактор АО «Коммерсантъ» | **Павел Кассин** — директор фотослужбы | **Валерия Любимова** — коммерческий директор АО «Коммерсантъ». **Рекламная служба:** тел. (846) 276-72-51 (52) | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Екатерина Вьюшкова** — выпускающий редактор | **Игорь Черников** — фоторедактор | **Ольга Мохначева** — корректор | **Адрес редакции:** 443110, Самара, Ново-Садовая, 44, «Тизис», оф. 4, 5. Тел. (846) 276-72-51 (52)