



# СПУТНИКОВАЯ СВЯЗЬ – ЭТО ЭФФЕКТИВНО.

РАССКАЗЫВАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ "АЙПИНЭТ" М.Р.СОФИЗАДЕ




**С**путниковая связь традиционно рассматривается как весьма дорогое решение, эффективное только там, где все другие виды наземной связи неприменимы. Но деятельность компании "АЙПИНЭТ" опровергает это утверждение. Бурно развивающиеся в последнее время технологии VSAT (Very Small Aperture Terminal – терминалы с малым диаметром антенны) уже сделали системы передачи данных на основе спутниковой связи доступными даже для частных пользователей. О рыночной нише услуг фиксированной спутниковой связи, ее возможностях и перспективах – наш разговор с генеральным директором компании "АЙПИНЭТ" М.Р.Софизаде.

## Мурад Рафаэльевич, несколько слов о вашей компании.

ЗАО "АЙПИНЭТ" основано в 2000 году, но к активной работе на российском рынке мы приступили с 2003 года. "АЙПИНЭТ" является федеральным оператором спутниковой связи по технологии VSAT, у нас есть лицензии на право предоставления услуг спутниковой связи во всех 86 регионах России. Мы работаем через спутник "Ямал-201" компании "Газком", расположенный на геостационарной работе в точке стояния 90° в.д. На территории РФ вне зоны покрытия пока остаются только Чукотка и Камчатка. Помимо России, компания "АЙПИНЭТ" может предоставлять услуги связи в ряде стран СНГ, Европы, Ближнего Востока, Средней Азии и Северной Африки.

Центральная станция спутниковой связи (телепорт) расположена в Москве, на территории Научного парка МГУ. Телепорт способен поддержать от 3 до 10 тыс. удаленных спутниковых станций различной конфигурации. Недавно мы объявили о строительстве второго телепорта, также в Москве, запуск которого планируется во втором квартале 2008 года. Он будет работать со спутником "Экспресс-АМЗЗ" ФГУП "Космическая связь" (ГПКС), введенным в эксплуатацию 14 апреля 2008 года в точке стояния 96,5° в.д.

Компания оказывает широкий спектр телекоммуникационных услуг – это и доступ в Интернет, и передача данных, и телефония, и организация корпоративных сетей и т.д. В основном мы работаем с корпоративными клиентами, но у нас достаточно много и частных лиц – порядка 10%. В основном



наши клиенты – сетевые компании, такие как розничные торговые сети, банки и страховые компании, сети АЗС, нефтяные, газовые энергетические компании и т.д.

Наш основной поставщик оборудования, прежде всего терминального, – американская компания Hughes Network Systems, абсолютный лидер на мировом рынке спутникового связанного оборудования. Помимо Hughes, мы активно работаем с такими лидерами в своих областях, как корпорации Cisco Systems, Hewlett-Packard, General Dynamics SATCOM Technologies (торговые марки Prodelin и Vertex RSI), Andrew и др. Тесно сотрудничаем с одним из ведущих российских системных интеграторов – компанией Inline Telecom Solutions Group. Работа с технологическими лидерами – одна из важных составляющих нашей стратегии.

**Вы вышли на рынок услуг спутниковой связи менее пяти лет назад. Но к тому моменту в России работало уже немало операторов спутниковой связи. Тем не менее, "АЙПИНЭТ" удалось выдержать конкуренцию и превратиться в крупного игрока в области фиксированной спутниковой связи. В чем суть вашей успешной рыночной стратегии?**

Тут многое зависит от того, кто и как выходит на рынок. Сегодня услуги спутниковой связи в России предлагают порядка 25 компаний, но из них наши реальные конкуренты – всего четыре-пять фирм. Очень важно, есть ли у компании четко сформулированные цели, стратегия развития, какова ее техническая политика.

Хотя компания "АЙПИНЭТ" основана менее восьми лет назад, наш опыт работы с технологиями VSAT гораздо больше. Начинали мы в Казахстане, там еще в 1993 году работала компания TNS Plus – первопроходец в области спутниковых систем VSAT. Примечательно, что первый контракт на территории СНГ компания Hughes заключила именно с TNS Plus, т.е. наш опыт работы с лидером мирового спутникового рынка весьма велик. Этот проект мы удачно продали и сосредоточились на российском рынке. Но сохранились и знания, и специалисты. Поэтому сегодня у компании "АЙПИНЭТ" фактически самый большой опыт работы среди всех операторов VSAT-связи в России и странах СНГ. Важно, что мы, по-прежнему, работаем совместно с мировым лидером – компанией Hughes. Это означает наилучшие условия по оборудованию, технологиям, в области технической поддержки и т.п.

Но главное – у нас была понятная, продуманная стратегия выхода на конкретные сектора потребительского рынка: чего мы хотим достичь, каких клиентов получить. Сегодня операторы спутниковой связи либо обслуживают какую-то определенную ограниченную группу компаний-клиентов, либо выходят на этот рынок "на удачу". У нас же была четкая стратегия

**Мурад Рафаэльевич Софизаде** родился в 1976 году в Баку. С отличием окончил Азербайджанский технический университет, прошел обучение в Гарвардской школе бизнеса по специальностям MBA (Master in Business Administration) и в Гарвардской школе государственного управления имени Д.Ф.Кеннеди по специальности MPA (Master in Public Administration). В августе 2003 года был назначен членом совета директоров ЗАО "АЙПИНЭТ", а в январе 2004 года – генеральным директором компании. Является одним из основных акционеров ЗАО "АЙПИНЭТ".

последовательной работы, в результате каждый год мы удваивали-утраивали свой оборот (за исключением прошлого года, когда оборот вырос на 80%). Поэтому основа нашей стратегии – решить, куда мы движемся и идти в этом направлении быстрыми шагами.

**На каких клиентов вы ориентируетесь?**

Мы определили несколько сегментов рынка, которые, на наш взгляд, будут развиваться быстрее других. В частности, еще в 2004 году мы выбрали как свой целевой сегмент ритейлеров (компании, организующие сети розничной торговли, как правило – под единой торговой маркой), когда они еще не были столь крупными и вожделенными клиентами для телеком-индустрии, как сегодня. Это был небольшой сегмент, но мы поняли, что его ждет бурный рост. Сегодня мы обслуживаем 20 из 50 ведущих ритейлеров России. Они продолжают развиваться и расти, вместе с ними развиваемся и мы.

Кроме ритейлеров, мы не могли игнорировать таких традиционных клиентов мирового VSAT-рынка, как компании нефтегазового сектора. Российская специфика добавляет к ним компании энергетического и сырьевого сектора. Еще одна специфическая особенность России – здесь силен государственный сектор, много государственных заказчиков, большие средства тратятся на новые технологии, и в этой сфере у нас также достаточно сильные позиции.

Актуальны для нас и частные лица, причем активно развивать это направление мы начали лишь в прошлом году. Я думаю, что в 2008–2009 годах частные лица будут серьезным двигателем нашего развития. Речь идет в основном об организации каналов доступа в загородных домах, коттеджах, где владельцы хотят получать тот же спектр телекоммуникационных услуг, что и в городах.

**В добывающих отраслях зачастую просто невозможно организовать связь кроме как через спутник. Но ведь ритейлеры располагают свои магазины в городах, где телекоммуникационная инфраструктура**



## **ра достаточно развита. Неужели системы спутниковой связи могут успешно конкурировать с технологиями наземной связи? Ведь спутниковая связь по определению одна из наиболее дорогих?**

Типичное заблуждение, что в городах и рядом с ними с телекоммуникационными услугами все хорошо, а в отдаленных регионах – нет. Зачастую все наоборот. Показательный пример – 35% нашего оборудования установлено в Центральном федеральном округе. Более того, четверть этого оборудования работает в Московской области. Казалось бы, в данном регионе активность различных операторов связи высока как нигде.

Еще одно заблуждение, что спутниковая связь – наиболее дорогая. Ведь нужно считать все издержки и смотреть, во всех ли регионах наземная связь может обеспечить клиенту такое же качество услуг, как и спутниковая. Немаловажный факт – 95% всех телекоммуникационных компаний России, а их тысячи, работают не просто в пределах Москвы, а в пределах Садового кольца. Остальные 5% действуют в основном в крупных городах. И нет таких компаний, которые могут оказывать услуги одновременно во всех регионах России – кроме национальных спутниковых операторов связи, таких как "АЙПИНЭТ".

Что касается цен на услуги связи, то зачастую наши тарифы вполне сопоставимы с расценками операторов наземной связи. Более того, если сравнить наши цены с ценами других операторов, усредненных по всей территории России, выяснится, что у нас дешевле – причем на десятки процентов.

### **Сколько у вас стоят услуги связи?**

Подключение одного терминала – от 10 до 20 тыс. рублей, в зависимости от того, где находится точка, насколько сложно нам будет договориться с владельцами здания или эксплуатационной службой об установке антенны, какова трудоемкость проводки кабельной трассы без нарушения дизайна здания и т.п. То есть стоимость подключения – это затраты на согласование, на работу специалистов и материалы. Терминальное оборудование мы предоставляем в аренду. Далее клиент платит за канал в соответствии с выбранным тарифным планом и за аренду оборудования, в среднем – от 10 до 20 тыс. рублей в месяц. Мы можем обеспечить скорости передачи данных в нисходящем канале (к клиенту) от сотен Кбит/с до 4 Мбит/с и до 1,6 Мбит/с – в восходящем канале. Но с вводом в строй второго телепорта максимальная пропускная способность обратного канала увеличивается вдвое – до 3,2 Мбит/с. Существующих у нас сегодня возможностей вполне достаточно, чтобы удовлетворить 99% потребностей всех клиентов на рынке. Мы можем эффективно подключить и маленькую аптеку со скромными потребностями, и гипермаркет с огромным объемом трафика.

Правда, у спутниковой связи есть врожденная особенность, связанная с тем, что задержка распространения сигнала

составляет около 700 мс. Поэтому такой тип приложений, как терминальный доступ к мощному серверу, оказывается не очень удобным. Но все остальные приложения, включая IP-телефонию, проблем не испытывают. По шкале MOS качество телефонной связи у нас оценивается в 4,2 балла, что очень высоко. Дело в том, что поскольку обмен данными происходит полностью под нашим контролем, мы можем обеспечить приоритет голосовому трафику. Поэтому нет проблем с эхоподавлением. Очень много клиентов "АЙПИНЭТ" пользуются IP-телефонией внутри своей сети с выходом в сеть общего пользования. Востребованность этой услуги растет.

### **Давайте рассмотрим на примере какой-нибудь категории клиентов реальные преимущества услуг спутниковой связи перед другими технологиями.**

Возьмем ритейлера. Его основная деятельность – открытие магазинов, логистика товаров и продажи. Например, у нашего клиента – компании "Копейка" – 440 магазинов (мы недавно выиграли тендер на обслуживание 250 из них – более половины сети). Представляете, насколько сложно для обслуживания каждого из них договариваться со своим провайдером? Мало того, что это очень неудобно. Нет гарантии, что везде будут обеспечены надлежащее качество услуг и оптимальные цены. Кроме того, каковы будут непрямые расходы в виде бухгалтерских издержек на работу с огромным числом счетов, причем от разных организаций? Нужно контролировать своевременное получение счетов, их оплату, правильность и т.п. Кроме того, необходимо следить, выполняет ли каждый из провайдеров свои контрактные обязательства. Этим должна заниматься специальная группа сотрудников.

А самое главное – что делать при возникновении проблем? Например, перестал работать канал связи. Кто виноват? Клиент обращается к своему провайдеру, тот заявляет, что у него все в порядке, это проблемы у провайдера транспортной сети. Но какая разница магазину, у кого авария? Ему нужно, чтобы связь работала.

Технология же спутниковой связи позволяет избежать всех этих проблем. Ведь мы из единого центра обслуживаем сеть, охватывающую практически всю территорию России. Соответственно, услуги связи во всех регионах оказывает одна компания. И если что-то перестает работать, отвечаем только мы. Клиенты знают, что достаточно позвонить – и будут решены все проблемы, при необходимости немедленно выплачена компенсация. Это очень удобно – один счет, одна точка обращений по всем вопросам.

Более того, если вы ежемесячно открываете по пять новых магазинов, представьте, какие проблемы могут возникнуть, если кто-то не подключил в оговоренный срок магазин к каналу связи. В нашем случае все происходит за несколько дней – нет никаких проблем, кроме организационных (кто-то запрещает устанавливать антенну). Но в большинстве случаев мы такие вопросы решаем заранее – договариваемся с ДЕЗ,

заключаем договора, абсолютно легально ставим оборудование, регистрируем станции и только после этого подключаем ее. Если суммировать все эти факторы, видно, что мы избавляем наших клиентов от несвойственной ему работы.

Поэтому нельзя сравнивать различных операторов и технологии по удельной стоимости пропускной способности канала. Есть много других факторов. Клиент должен заплатить и быть уверенным, что не будет никаких проблем с подключением и последующей работой. И в этом аспекте альтернатив спутниковой связи я пока не вижу.

### **Но ведь на российском рынке немало компаний национального масштаба, разве они не могут предложить аналогичный подход?**

Посмотрим на крупнейших отечественных телекоммуникационных операторов. Компании "Комстар" и "Голден Телком" работают от силы в 10 регионах России. Причем в регионах они работают, купив какую-то местную компанию. Это значит, что используется уже существовавшая архитектура сети – в каждом регионе своя. Сотрудников региональных компаний нужно обучать корпоративным правилам, своим технологиям и т.п. Это несколько лет работы. И все равно компания, например "Комстар-Юг", будет сильно отличаться от компании МГТС: другая ментальность, другие масштабы. И даже если присутствие этих операторов в регионах будет возрастать, это не значит, что в каждом регионе будет одинаковой инфраструктура сетей и технология связи. Соответственно, нельзя ожидать от оператора наземной связи единого качества услуг во всех регионах.

Конкретный пример: компании "Комстар" принадлежит фирма МГТС, которая в Москве контролирует все АТС. Соответственно, в Москве возможно предоставление технологий xDSL. Во всех других регионах xDSL контролирует компания "Связьинвест". Соответственно, "Комстар" за пределами Москвы эту услугу по аналогичным ценам предоставить не может. Возникает вопрос: где универсальность, если в одном регионе – одна технология, в другом – другая, а в третьем оператор вообще не работает? В результате даже первая тройка наземных операторов связи не покрывает весь спектр интересов компаний, работающих во многих регионах России.

### **Кроме ритейлеров, кто в ближайшей перспективе будет основным потребителем услуг фиксированной спутниковой связи?**

В 2008 году мы ожидаем большой прирост абонентской базы со стороны розничных банков и страховых компаний. Ведь если посмотреть на развитие банковской индустрии, например, на Украине, можно увидеть, что там гораздо больше, чем в России, банков, у которых более 500 отделений. Хотя экономика этой страны существенно меньше российской. Но там можно открывать маленькие отделения с функциями контрольно-расчетных касс, в виде маленьких киосков, павильо-

нов и т.п. В России до 1 июля 2007 года это было практически невозможно – чтобы открыть маленькое отделение банка в каком-либо из 86 регионов России, нужно было в этом же регионе (в центре, столице) сначала открыть свой "тяжелый" филиал. А создать филиал банка – это 1–2 млн. долл. только капитальных затрат, очень большие операционные издержки на персонал и т.п. Далеко не в каждом регионе России у банков есть бизнес, который может окупить подобные издержки. Банки открывали филиалы в 7–8 регионах нашей страны, поэтому в России до сих пор было всего 5 банков с более чем 500 отделений, а на Украине – 10. Но после принятия новой инструкции ЦБРФ с июля 2007 года достаточно открыть один филиал на весь федеральный округ, которых всего семь, – соответственно, значительно облегчаются требования к открытию дополнительных офисов и касс. Мы предполагаем, что в 2008–2010 годы в России будет свыше 15 банков с более чем 500 отделений. И всем таким отделениям нужна будет связь – т.е. банки становятся, по сути, ритейлерами с множеством небольших офисов и касс, размещаемых в арендуемых помещениях в наиболее посещаемых местах.

Для нас это важно, поскольку спутниковый терминал – на более эффективное решение для организации связи на небольших площадях, тем более – на арендованных. Подводить туда оптический кабель бессмысленно, поскольку месторасположение точки может измениться. С нашим же оборудованием таких проблем нет. При переносе точки клиент платит порядка 10–15 тыс. руб. за установку терминала на новом месте – и все проблемы решаются.

Как видите, цены у нас достаточно демократичны, нам важен масштаб. Поэтому мы и работаем с банками, которые развивают розничные операции, – такими, как "Ренессанс Кредит", "ПриватБанк", "Сахалин-Вест", страховой группой ZURICH (бывшая НАСТА), т.е. с теми, которые в своем регионе или в масштабе страны стремятся открывать новые отделения. Выбрав определенные точки роста в банковской среде, мы надеемся упрочить свои позиции и в этом секторе потребления услуг связи.

### **Не станут ли в ближайшие годы вашим конкурентом технологии передачи данных на основе сетей сотовой связи нового поколения (3/3,5G)?**

Конкуренция – это всегда хорошо, поскольку она позволяет находить ресурсы внутри компании. Но что касается спутниковой связи и технологии VSAT, приведу простой пример. В США развиты технологии связи любого типа, любого масштаба – и проводные, и беспроводные. Там распространенность (покрытие) кабельных сетей составляет 85%, уже действуют сети сотовой связи CDMA третьего поколения. Практически в каждой точке страны 7–8 операторов готовы предложить услуги связи, причем в национальном масштабе. В то же время, у компании Hughes – оператора спутниковой связи США – 750 тыс. подключенных терминалов, и их число





ежемесячно растет на 30 тыс. Причем пользователи 370 тыс. терминалов – частные лица. Таким образом, несмотря на всю конкуренцию, в США 750 тыс. инсталлированных терминалов спутниковой связи только у одной компании. В России ничего подобного нет. В нашей стране всего 20 тыс. подключенных терминалов спутниковой связи, причем после четырехкратного роста в прошлом году.

Обратите внимание – 480 тыс. корпоративных клиентов в США не пользовались бы спутниковой связью, если бы у них было лучшее предложение, а варианты различных технологий там всегда есть. Поэтому данная технология весьма конкурентоспособна, тем более в России, где альтернатив значительно меньше. Отечественный рынок будет развиваться еще более бурно. Уже в этом году он может достичь уровня в 30–40 тыс. установленных терминалов. Кроме того, зачастую в России операторы работают по принципу "сеть построим, клиент придет сам" и занимаются только техническими вопросами, а не сервисом, качеством обслуживания, эффективным маркетингом и организацией продаж. Но конечному потребителю ведь не важно, какой технологией он пользуется, важно, что он в итоге получит. Поэтому выигрывают те провайдеры, которые могут решить не только технические вопросы построения сетей, но и обеспечить качество обслуживания, наладить эффективный маркетинг и продажи. То есть такие компании, как "АЙПИНЭТ", независимо от того, какие технологии будут развиваться, свою нишу найдут всегда.

Если же вернуться к вопросу о сетях сотовой связи, действительно, технологии 3/3,5G позволяют передавать высокоскоростные потоки данных. Но чтобы реализовать такую возможность, на каждой базовой станции необходимо модернизировать оборудование. А нужно ли это операторам сотовой связи, ведь они в основном ориентируются на частных лиц, которые в среднем платят им в месяц 6 долл. Сколько они готовы заплатить за новую возможность передачи данных? Еще 1 доллар?

Мы же работаем в основном с корпоративными клиентами, которые платят в среднем 300–400 долл., т.е. наше ARPU не сравнимо с сетями сотовой связи. Поэтому мы имеем возможность инвестировать средства в развитие своей технологии, не дожидаясь, пока новая технология нас победит.

### **Куда именно направлены ваши инвестиции?**

Я уже отмечал, что мы строим в Москве второй телепорт на основе новейших технологий, который позволит предоставить потенциальные возможности 3G уже сейчас, причем в национальном масштабе. Спутниковые технологии имеют одну операционную особенность – они централизованы. Поэтому мы инвестируем серьезные средства в программное и аппаратное оснащение телепорта. А затем возможности системы моментально транслируются в любую точку России в зоне покрытия спутника. Поэтому у нас нет затрат ни на создание базовых станций, ни на модернизацию оборудования сети, мы можем быстрее внедрять новейшие технологии.

Сейчас нам уже не хватает емкости транспондеров спутника "Ямал-200", в том числе и из-за бурного развития национальных программ, в частности – образовательных. Поэтому мы рассчитываем на канальную емкость нового спутника "Экспресс АМ-33". В дальнейшем мы рассчитываем на программы развития спутниковой группировки как у компании "Газком" (серия "Ямал"), так и у ГПКС. В частности, "Космическая связь" в этом году планирует еще два запуска, в следующем году два спутника намерена вывести на орбиту компания "Газком". Поэтому ситуация в ближайшее время должна нормализоваться, но сейчас она достаточно напряженная, не хватает емкости каналов.

Мы планируем создать и третий телепорт под спутник с точкой стояния 140° в.д., в зоне покрытия которого окажутся Дальний Восток, Камчатка, Чукотка, часть Сибири и т.д. Это тоже интересный рынок, но телепорт должен находиться в одном из таких городов, как Владивосток, Хабаровск или Якутск. Однако для запуска телепорта нужен мощный оптоволоконный канал, а в том регионе это очень дорого.

Важно отметить, что новые спутники транслируют сигнал с мощностью, на 30–40% большей, чем существующие. Это позволит либо снизить диаметр антенн (а сейчас используются антенны диаметром 1,2 м и менее), либо при тех же параметрах антенн увеличить скорость обмена, повысить надежность работы в непогоду и т.п.

### **Как при работе с геостационарными спутниками решается вопрос мобильности, или вашим клиентам она не нужна?**

Конечно, мы предоставляем услуги фиксированной СС. Но у нас есть квазимобильный комплекс, который монтируется на автомобиль или любую другую подвижную платформу. Для задач мобильности создавались специальные технологии, прежде всего – на основе низкоорбитальных спутниковых группировок, таких как Iridium, GlobalStar, Inmarsat, а также система Thuraya на основе геостационарных спутников. Thuraya – сеть спутниковой телефонной связи, которую можно назвать наиболее успешной и перспективной. Эта система покрывает всю Юго-Восточную Азию, Ближний Восток, большую часть России, Южную Европу, Африку и т.д. К слову, вся аппаратура в рамках этой системы – компания Hughes.

Но все эти технологии, прежде всего, ориентированы на голосовые услуги, а не на передачу данных. Они не могут предоставлять по-настоящему широкополосные каналы, например, для комфортной работы в Интернете – не хватает пропускной способности, которая ограничена 6–8 Кбит/с, что даже меньше, чем плохой dial-up. А вот когда встает вопрос о широкополосном доступе, причем недорого, технологии VSAT альтернатив среди спутниковой связи нет. В рамках низкоорбитальных систем оказывать услуги передачи данных по нашим ценам экономически невыгодно. Поэтому мы – не

конкуренты, у нас разные целевые аудитории. За мобильность нужно платить в тысячи раз больше.

**Компания "АЙПИНЭТ" работает практически на всей территории России. Наверное, у вас большой штат?**

Напротив, у нас всего 85 сотрудников, два офиса в Москве. Но мы создали сеть из 340 региональных партнеров, что позволяет нам присутствовать в любом регионе страны. Мы постоянно поддерживаем эти компании, обучаем их сотрудников, проводим специальные партнерские семинары. Они общаются с клиентами, устанавливают оборудование, занимаются эксплуатационным обслуживанием. Но прием заказов, техническая поддержка и т.п. централизованы, просто потом заказы распределяются по региональным партнерам.

Мы выбрали точно такую же форму работы, которую использует в США компания Hughes. У них более 1200 партнеров, которые и занимаются инсталляциями по всей стране.

В целом же, учитывая опыт наших коллег в США, которые работают в условиях гораздо более жесткой конкуренции, нежели в России, я думаю, для каждой технологии найдется свое место на рынке, особенно если оператор делает правильные инвестиции как в сами технологии, так и в обслуживание. Поскольку технология сама по себе не имеет для клиента никакого значения, ему важна услуга связи как таковая и ее качество.

**Спасибо за содержательный рассказ. Желаем вам дальнейшего развития**

*С М.Р.Софизаде беседовали И.А.Кибардина и И.В.Шахнович*

## В МОСКВЕ 24–25 ИЮНЯ ПРОЙДЕТ ТРЕТИЙ ЕЖЕГОДНЫЙ IPTV-ФОРУМ

**Третий ежегодный IPTV Forum Russia/CIS-2008** – актуальное, значимое и масштабное мероприятие в индустрии современных телекоммуникаций и нового поколения телевидения на территории России и всего постсоветского пространства.

**Организатор конференции:** компания Exposystems, входящая в Expromedia Group Plc.

**Тема конференции:** рассмотрение текущего состояния дел в области Интернет-телевидения и специфики его настоящего и будущего развития.

Это будет уже третий IPTV-форум (Internet Protocol TV), проводимый в Москве. IPTV-форум стал традиционным ключевым событием года для ведущих в этой индустрии операторов, провайдеров широкополосного доступа, поставщиков и обладателей контента, дистрибьюторов оборудования, системных интеграторов. Ежегодно форум собирает вместе более 400 участников из России, стран региона и Европейского Союза.

Телевидение находится на пороге грандиозных перемен: технологической трансформации, изменений в инфраструктуре, бизнес процессах и в цепочке добавления стоимости. Появление новых технологий, конвергенция сетевой и сервисной инфраструктуры предоставляют ключ к открытию новых горизонтов и к изменению традиционных бизнес моделей доставки телевизионного, развлекательного, видео и другого контента. Бизнес-форум предложит участникам уникальные возможности для глубокого и всестороннего обсуждения вопросов и понимания проблем индустрии IPTV. Ведущие европейские операторы поделятся собственным опытом развития IPTV на более насыщенном и зрелом рынке Европы.

Основные игроки – провайдеры широкополосного доступа, операторы кабельных и спутниковых сетей, обладатели и производители контента – обсудят будущее доставки видео-

контента через IP в России и странах региона. На форуме будут представлены такие ключевые темы, как:

- Тенденции развития современных инфокоммуникаций, контента и телевидения в мире, ориентированных на IPTV.
- Новые возможности увеличения доходов телекоммуникационных компаний.
- Регулирование IPTV.
- Бизнес-модели IPTV.
- Стимулирование абонентской базы, разъяснительная и просветительская работа с населением.
- IPTV-контент.
- IPTV и традиционное телевидение.
- Мобильное телевидение.
- Ценовая политика, сервис провайдеров и операторов связи, биллинг и мошенничество.
- Оборудование для развертывания и внедрения IPTV.
- Как операторы могут использовать Интернет в качестве механизма доставки мультиплатформного контента, привлекая новых и удерживая существующих абонентов.
- Какое текущее состояние рынка online видео и каков потенциал его влияния на существующий формат широко вещания, а также на владельцев контента.
- Может ли IPTV существовать на равных или превалировать над существующими платными телевизионными сервисами, если добьется привлекательности на массовом рынке.
- Что требуется для развития видео сервисов в России и странах региона.

**Место проведения:** гостиница "Рэдиссон САС Славянская", расположенная по адресу: Москва, площадь Европы, 2.

**Время проведения:** 24–25 июня 2008 года.

**Дополнительная информация:** ответы на все вопросы можно получить на сайте [www.exposystems.ru/iptv/2008/](http://www.exposystems.ru/iptv/2008/).