

## МЕДИА факты в ЦИФРАХ

Услуги VOD (видео-по-запросу) к 2009 году будут приносить \$163 в месяц с каждого подписчика (средний показатель по миру). Рынок HDTV (телевидение высокого разрешения) достигнет объема в \$65 млрд. к 2009 году. 26% американских домохозяйств будут подключены к HDTV к концу 2006 года. Больше информации по этим инновационным технологиям читайте на ст. 4.

## Новости Медиа Компаний

### СТС разделил шоу и ситкомы

Телекомпания СТС провела реструктуризацию функции собственного производства СТС, в результате чего на телеканале 1 августа 2006 года появились два основных направления. Первое направление - производство развлекательных программ и шоу. Департамент производства развлекательных программ возглавил Александр Цекало.

Второе направление - производство телевизионных сериалов и ситкомов. Руководителем Департамента производства телевизионных сериалов назначен Вячеслав Муругов.

## Новости Продакшн

### Новые проекты канала НТН

В новом сезоне телеканал НТН представит зрителям по крайней мере три новых проекта собственного производства. Во-первых, уже с 12 сентября три раза в неделю (вторник-четверг) на канале будет выходить шоу «Красуни», вести которое будет полюбившаяся зрителю Нелли Уварова, она же Катя Пушкарева из сериала «Не родись красивой». Как рассказали представители канала, не смотря на все усилия, информация о проекте не осталась в секрете, и еще в период проведения переговоров канал атаковали многочисленные поклонники Кати, которые также не давали актрисе прохода в те дни, когда она приезжала на переговоры в Киев и посещала многочисленные достопримечательности столицы. Сейчас уже снимаются пилотные выпуски шоу. Вторым проектом НТН, совместно с «Магнолией ТВ», станет программа «Наши». Это социальный проект, рассказывающий о тяжелых судьбах детей из неблагополучных семей. Основной целью проекта является привлечение внимания общества к вопросам охраны детства. И третьим проектом станет программа «Игра в классики», которая будет выходить в эфир по пятницам. Вести программу, основной темой которой станут встречи одноклассников, будет Илья Ноябрев.

### Новые продакшн проекты России

Кинокомпания «Югра-Фильм» начинает съемки телесериала под рабочим названием «Буровая». Стоит отметить, что сериал с таким же названием кинокомпания выпустила три года назад. Многосерийный фильм, который снимают сейчас - это его продолжение. По словам создателей фильма, большая часть съемок пройдет в Белоруссии, но некоторые эпизоды фильма будут снимать в Москве и в Нефтеюганском районе. Среди актеров, задействованных в съемках, - Татьяна Догилева и Владимир Стеклов.

Также в Белоруссии скоро начнутся съемки четырехсерийного художественного фильма «Ветров», рассказывающего о боевых действиях, происходивших в Чечне. Снимать фильм будут российская компания «Арт-Синема-групп» и белорусская «Беларусьфильм».

Компания «Синемоушн Групп» и киностудия «Глобус» начали производство художественного фильма «Нулевой километр» по сценарию Павла Санаева (приемный сын Ролана Быкова). Санаев является автором бестселлера «Похороните меня за плинтусом» и режиссером фильма «Последний уик-энд». Бюджет производства составляет \$2,5 млн. В фильме снимаются Александр Лымарев, Константин Крюков, Светлана Ходченкова, Игорь Нагиев и Федор Бондарчук (в эпизоде).

### Новое кино Голливуда

Компания **Fox** запланировала выход четвертой части фильма «Крепкий орешек» с Брюсом Уиллисом в главной роли на 29 июня 2007 года. Сиквел будет называться *Live Free or Die Hard* и расскажет об атаке злоумышленников на компьютерную инфраструктуру США. Дата релиза выбрана не случайно, поскольку действия фильма разворачиваются около Дня независимости США (4 июля). В то же время на экраны выйдет мультфильм «Ratatouille» производства киностудий **Pixar** и **Disney**.

Начат подготовительный период к съемкам продолжения диснеевского фильма 2004 года «Сокровище нации». В сиквеле сыграют практически все те же актеры, что и в первой части, включая исполнителя главной роли Николаса Кейджа.

Кинокомпания **Universal** приобрела права на экранизацию первой части трилогии Дира Лори под названием «Академия ужаса» (Nightmare Academy). Реализацией проекта займется создатель «Мумии» и «Ван Хельсинга» Стивен Соммерс и его студия **Sommers Company**. Займет ли Соммерс режиссерское кресло или ограничится продюсированием, пока не известно.

В сентябре киностудия **Warner Bros.** начнет съемки фильма ужасов «Я легенда». Это экранизация научно-фантастической повести американского писателя Ричарда Матесона. Снимать фильм будет Френсис Лоуренс. Катрина выйдет на экраны в 2007 году, ее бюджет \$108 млн. Главные роли в фильме сыграют Вилл Смит и Джонни Депп. Ранее эту повесть уже хотел экранизировать Ридли Скотт с Арнольдом Шварцнегером в главной роли.

### В Латинской Америке снимут своих «Отчаянных домохозяек»

В течение ближайших шести-восьми месяцев на экраны стран Латинской Америки выйдут местные версии одного из самых популярных сериалов последних лет «Отчаянные домохозяйки». Дистрибуцией шоу занимается латиноамериканское подразделение компании **Buena Vista International Television** (подразделение корпорации Walt Disney Company). В странах Латинской Америки мыльные оперы и теленовеллы являются самым востребованным продуктом. Поэтому производители шоу считают, что адаптация «Домохозяек» сможет качественно разнообразить местный продукт. В целях минимизации затрат, в производство одновременно (на одной съемочной площадке) запускается сразу три версии формата, каждая из которых адаптируется специально для отдельной страны Латинской Америки. Также возможно производство еще трех версий, в зависимости от того, чем закончатся переговоры с телеканалами Мексики, Венесуэлы и Чили. Первой на экраны выйдет аргентинская версия формата, которую также покажут в Уругвае и Парагвае. Вторая версия будет произведена на португальском языке для Бразилии, а затем еще один испаноязычный сериал будет снят для Колумбии и Эквадора. Основным условием, которое поставили создатели шоу, является полное соответствие сюжета американскому варианту. Однако реалии американской и латиноамериканской жизни значительно отличаются, поэтому перед создателями адаптации стоит нелегкая задача.

С момента выхода на экраны сериала «Отчаянные домохозяйки», который стал мировым хитом, в компанию **Walt Disney Company** (создатель сериала) неоднократно обращались представители каналов и продакшн компаний многих стран с просьбой продать формат для создания местных версий сериала. Но Walt Disney всем отказывали, так как очень бережно и ревностно относятся к своему детищу. И вот решили проэкспериментировать,

начав со стран Латинской Америки. Поэтому, по результатам этого эксперимента, станет понятно, увидят ли и другие страны местные версии любимейшего сериала.

Кроме этого, «Отчаянные домохозяйки» станут еще и мобильной игрой. Так, компания **Gameloft** заключила многолетнее соглашение с **Touchstone TV** на создание игры для мобильных телефонов по мотивам сериала. Предметом для создания мобильной игры станет также сериал «Lost» (Затерянные). Первые игры появятся уже в январе. «Домохозяйки» будут предназначены для женщин старшего возраста, которые используют телефоны не для игры. Для того, чтобы игры совпадали с сериалами и новые элементы и персонажи выглядели органично, разработчики консультируются с авторами сценариев.

### **Игры на основе блокбастеров: теория и практика**

Разработка и создание компьютерной игры стоит от \$3 млн. до \$20 млн. Поэтому разработчики и производители этого вида развлечения предпочитают получать права на использование интеллектуальной собственности голливудских студий. Причем финансовые риски значительно сокращаются, поскольку создатели игр адаптируют их сразу для трех платформ: игровых консолей, компьютеров и мобильных телефонов. Вот только некоторые из фильмов, вышедших на экраны этим летом и ставших прототипами для создания компьютерных игр: «Люди X-3», «Пираты Карибского моря-2», «Супермен возвращается», «Код да Винчи». То же происходило и в прошлом году, когда студия **Warner Bros.** сотрудничала с компаниями производителями видеоигр. Так, одновременно с выходами фильмов компания **Sega** выпустила игру *The Matrix Online*, а компания **Electronic Arts** - игры «Бэтмен: начало» и «Гарри Потер и кубок огня». Впрочем, практически все успешные фильмы (имевшие сиквелы) были преобразованы в игры: «Звездные войны», «Властелин колец», «Стар Трек», «Матрица», «Гарри Потер» и т.д. Однако, ни одна из этих игр, не вошла десятку самых популярных видео игр, которую возглавляет «Супер Марио». По мнению экспертов, единственным фильмом, на основе которого была сделана более или менее успешная игра, был *Golden Eye 007* («Золотой глаз») (1997 г.).

Как правило, причина неудач игр на основе успешных блокбастеров объясняется дефицитом оригинальности, а сама игра зачастую является просто повторением сюжета фильма. Для того, чтобы уйти от этой проблемы, создатели игры *X-Men: The Official Game* решили выпустить ее раньше, чем выйдет фильм производства студий **20<sup>th</sup> Century Fox** и **Marvel Studios**. Для написания сценария игры были специально приглашены писатели, а озвучили героев известные актеры. Однако, аналитики области не считают этот проект удачным и продолжают утверждать, что герои фильмов плохо приживаются в компьютерных играх.

Телевизионные бренды широко используются в создании игр для мобильных устройств. Так компания **Fox Mobile Entertainment** совместно с I-play (британская компания-разработчик игр) приступили к созданию игры для мобильных телефонов по мотивам сериала *24*. Причем, продвижением продукта будет заниматься Fox, которая выделила большой бюджет на беспрецедентную маркетинговую кампанию. В США оператор мобильной связи **Cingular** также разрабатывает игры на основе фильмов: «Миссия невыполнима 3» и «Poseidon – The Mobile Adventure». Кроме этого, сразу несколько компаний создают игры на основе сериала **HBO** «Клан Сопрано».

По данным украинских контент-агрегаторов и разработчиков игр, на украинском рынке одной из самых популярных является мобильная игра, главным действующим персонажем которой является белка из мультфильма «Ледниковый период».

---

## **Новости Дистрибуции**

---

### **Борис Бурда будет готовить на ТРК «Украина»**

В новом телесезоне зрители телеканала «Интер» больше не будут иметь возможности учиться готовить вместе с Борисом Бурдой. По сообщению продюсера Александра

Забарного, в конце августа будет подписано соглашение, по условиям которого шоу Бурды появится на телеканале «Украина» уже с середины сентября. Кроме этого, сейчас готовится к запуску кулинарный Интернет сайт, на котором будут размещены около 800 5-8-минутных видео-рецептов.

### **VOD услуги: российский опыт VOD**

«Видео по запросу» начало массово развиваться с началом выпуска DVR (Digital Video Recorder) компании **TiVo**. Цифровые рекордеры, в отличие от обычных видеомagneтофонов, способны записывать не только гораздо больший объем программ. Главное преимущество DVR - в широких возможностях управления и программирования. Пользователь может управлять списком записываемых передач на месяц вперед, причем и дистанционно через Интернет. Специальная поисковая служба TiVo позволяет производить поиск и подбор видеоконтента по каким-угодно параметрам. Таким образом, сочетание цифрового рекордера и сервиса TiVo положило начало отходу от традиционного эфирного и кабельного телевидения.

На Украине, как и на других территориях нашего региона, VOD индустрия находится на самом раннем этапе развития. В нашей стране несколько компаний уже заявляли о намерениях реализовывать VOD проекты, но пока это только планы. Однако, как считают многие аналитики, рынок уже готов принять новую услугу. Слово за компаниями-реализаторами проектов.

В России бизнес VOD уже имеет определенный опыт и наработки. Так среди компаний, которые активно разрабатывают этот сегмент рынка, следует назвать телекоммуникационную компанию **«Корбина Телеком»**. Так, в начале августа компания объявила о миллионном просмотре видео-контента на одном из каналов Corbina.TV – «Internet Film». Интернет-канал представляет собой библиотеку видеоклипов и мультфильмов в формате wvm, собранных в категории различной тематики. Этот проект «Корбины Телеком» - первые шаги российской контентной индустрии в направлении VOD. В настоящий момент интернет-телевидение представлено тринадцатью каналами, такими как, например, Corbina News, TNT, Corbina Auto, Канал Дайверов, Шнур-ТВ, канал студии АнтиМульт и другими. Наибольшее внимание аудитории привлек к себе канал Internet Film, который содержит различное «прикольное» видео. На сегодняшний день количество просмотров этого канала приближается к 1,2 миллионам. Продолжая развивать концепцию VOD, «Корбина Телеком» открыла 7-го августа сервис по скачиванию музыки. На данный момент библиотека содержит около 830 видеоклипов.

---

## **Вещание: телевидение и альтернативные способы доставки контента**

---

### **Новости телеканалов**

#### **MTV запускает интерактивный канал**

Сегодня зритель все чаще участвует в создании телевидения. Более того, в последнее время в эфире телеканалов появляется все больше контента, созданного зрителями. Так, компания **MTV Networks UK & Ireland** с 6 сентября запускает канал **MTV Flux**, программного наполнение которого будет контролироваться зрителями. Основным органом управления программной сеткой канала будет сообщество людей, которые зарегистрировались он-лайн, и которые будут путем голосования определять, какое видео покажут на телевизионном канале. Более того, зарегистрированные участники смогут общаться между собой в эфире канала. Создатели **MTV Flux** считают, что этот проект станет новым словом в интерактивном телевидении.

### **Кинотеатральный бизнес**

#### **Российская сеть внедряет цифровой кинопоказ**

Переход на цифровые технологии кинопоказа – мировая тенденция. Производителям и дистрибуторам работать в цифровом формате выгоднее, поскольку не нужно нести

дополнительных затрат на печать пленки. С 2007 года все основные киностудии обещают выпускать основные релизы не только на пленке, но и на цифровых носителях. Однако, по оценке компании **Screen Digest**, пока в цифровом формате выпускается небольшое количество фильмов: 47 в 2004 году и 97 – в 2005. Участники рынка полагают, что цифровые технологии дадут возможность существенно расширить бизнес кинотеатров, позволят транслировать более разнообразный контент – от документального кино, которое не выходит в широкий прокат, до футбольных матчей и шоу-программ.

В рамках концепции цифрового кинопоказа, сеть кинотеатров «**Кронверк-Синема**» приняла решение об оснащении всех существующих и строящихся мультиплексов цифровыми проекторами. Сначала планируется сделать по одному «цифровому» залу в каждом кинотеатре, а по результатам их работы может быть принято решение об увеличении их количества. Общий объем инвестиций в цифровые технологии составит около \$2 млн. В сеть «Кронверк-синема» входит шесть мультиплексов с 33 кинозалами. Ожидается, что благодаря внедрению цифровых технологий «Кронверк» повысит оборот на 20%: По данным журнала «Кинобизнес сегодня», в 2005 году по сравнению с 2004-м box office СНГ (с учетом Украины) вырос на 30,2% – с \$268 млн. до \$349 млн. В этом году кассовые сборы СНГ, по прогнозам экспертов, составят 400 млн., то есть рост составит не более 17%. В то же время продажи билетов сегодня занимают около 60% в общей выручке кинотеатров. Около 40% доходов приносит продажа сопутствующих товаров, и только несколько процентов – реклама.

В украинской индустрии кинопоказа также наметились определенные изменения. Так, в рамках совместного проекта кинокомпании «Триумф» и канадской кинокорпорации IMAX уже к концу 2008 года в Украине планируется построить несколько 3D-кинотеатров. Стоимость проекта оценивается в \$10 млн. Первый будет построен в Киеве уже летом 2007 года.

## **Регулирование**

### **Телеканалы выступают против норм Television Without Frontiers**

Споры вокруг директивы **Television Without Frontiers** не утихают. Недавно обсуждение этого документа вышло за пределы Еврокомиссии, и теперь о нем говорят политики в Европарламенте. Так, очередным спорным моментом стало регулирование, которое запрещает каналам прерывать показ фильма рекламными блоками чаще, чем каждые 35 минут. В частности, британская компания **Film Four** (оператор канала Channel 4), заявила, что в случае введения этой нормы будет вынуждена сократить квоту национальных фильмов, выходящих на канале, с 40% до 10%, и заменить местный продукт на голливудские фильмы, приносящие большие рейтинги. Против введения этих ограничений также выступила компания **Modern Times Group** - оператор ряда киноканалов. В MTG заявляют, что для создания качественно продукта для телезрителей, каналам необходимо получение соответствующих доходов, а введение новых норм ставит их прибыль каналов под угрозу.

**Уважаемые коллеги! Сообщаем Вам, что уже запущен и работает сайт Media Resources Management – [www.mrm.com.ua](http://www.mrm.com.ua). Ждем Вас на нашем сайте!**

### **Media Business Reports**

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с *MBR*, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: [info@mrm.com.ua](mailto:info@mrm.com.ua).

# Media Business Reports

Обзор новостей украинского и  
международного медиа бизнеса



№10 (10)  
07-13 августа, 2006

**Тема номера:**

## Terra incognita медиа индустрии

Сегодня, когда телевизионные рынки Европы и Северной Америки предлагают населению этих континентов все самые новые и совершенные технологии развлечений, а бизнес модели опробованы и отлажены, ТОП-менеджеры ведущих компаний все чаще смотрят в сторону новых территорий и неосвоенных рынков. В этой статье мы попытались представить краткий обзор таких потенциально перспективных территорий, и указать факторы, которые будут влиять на развитие этих рынков как позитивно, так и негативно.

### Население Земного шара

Регион	Общее кол-во населения (2005)	% от общего кол-ва населения Земли (2005)	Общее кол-во населения (2010)	% от общего кол-ва населения Земли (2010)
Ближний Восток и Африка	1,153,375,000	17.8	1,181,057,000	17.3
Америка и страны Карибского бассейна	891,923,000	13.8	944,699,000	13.8
Азия и Тихоокеанский регион	3,691,032,000	57.1	3,988,792,000	58.3
Европа	728,381,000	11.3	728,413,000	10.6
<b>Общее количество</b>	<b>6,464,711,000</b>	<b>100</b>	<b>6,842,961,000</b>	<b>100</b>

Страны и регионы, которые ранее игнорировались в силу различных причин, сегодня привлекают внимание телевизионных топ-менеджеров. Основной причиной этого можно считать то огромное количество населения, которое сконцентрировано на таких территориях. Например, более половины всего населения земного шара проживает в Азии. И в течение следующих десяти лет численность населения этого региона возрастет почти на две трети. Для сравнения, на территориях, которые считаются развитыми ТВ рынками – Северная Америка и Европа – проживает всего 756,2 млн. человек, что составляет только 11,7 % населения Земли. Таким образом, перспективность «разработки» новых территорий очевидна.

Основными «открывающимися» территориями сегодня считаются страны Африки, Ближнего Востока и Южной Америки, азиатско-тихоокеанский регион и некоторые страны Европы.

### **Африка и Ближний Восток**

Одним из регионов, который только начинает раскрывать свой потенциал, является Ближний Восток и страны Северной Африки. На этой территории прослеживается общая тенденция либерализации рынка, что благоприятно воздействует на развитие средств массовой информации, в том числе телевидения. Другим не менее важным фактором, который делает этот рынок привлекательным, является общий для большинства территорий язык и относительное финансовое благополучие определенной категории населения, обеспеченное доходами от нефтяных бизнесов.

Но, не смотря имеющиеся предпосылки, нигде, кроме Турции и Израиля, платное телевидение в этом регионе не присутствует. Более того, у жителей этих территорий довольно устойчиво сформировалась привычка получать телевидение бесплатно (бесплатные спутниковые каналы), что является очень сильным сдерживающим фактором развития индустрии. Кроме этого, в регионе процветает пиратство, что также сдерживает появление платформ платного телевидения.

#### ***Африка и Ближний Восток: TOP5 перспективных ТВ рынков (по объему, 2005)***

<b><i>Страна</i></b>	<b><i>Домохозяйства (подключенные к ТВ)</i></b>
Иран	11,500,000
Нигерия	8,700,000
ЮАР	6,455,000
Ирак	1,600,000
Демократическая Республика Конго	1,410,000

Одной из основных причин, почему операторы телевизионных платформ не спешат расширять свой бизнес в страны Африки и Ближнего Востока, является огромная разница в доходах небольшого сообщества местной «элиты» и всего остального населения страны. Продавать услуги платного телевидения возможно только немногочисленному контингенту, что зачастую, не оправдывает средств, которые необходимо вложить в реализацию проекта.

В некоторых странах региона запрещено использовать спутниковые антенны для приема зарубежных каналов. Естественно, запреты зачастую игнорируются, но все же это продолжает оставаться незаконным занятием. Эфирные каналы в таких странах должны четко следовать установленной редакционной политике и не затрагивать многочисленных запрещенных тем.

Локальные каналы зачастую являются средствами донесения до населения позиций правительства и поэтому имеют незначительное количество зрителей.

В странах Африки, где исторически сложилась сложная социально-экономическая и политическая ситуация, сегодня уже наметились некоторые улучшения. В регионе есть три основных территории – ЮАР, Нигерия и Кения – где телевизионный рынок развит. Причем в этом регионе активно «открываются» новые страны. Этому во многом содействует приход к власти лидеров с более прогрессивными взглядами и менее склонных к деспотическому стилю правления.

Страны с развитой экономикой, такие как члены «Большой восьмерки» и Европейского Союза, проявляют все большее участие в создании в странах Африки демократического государственного строя и борьбе с бедностью. Не смотря на бедность и прочие негативные факторы в регионе, среди 900 миллионов населения все же сформировалось довольно богатое меньшинство и активно формируется средний класс, которые

проявляют заинтересованность в развлечениях. Причем платное телевидение является основным и самым приемлемым видом таких развлечений и, как известно, выгодным бизнесом.

***Африка и Ближний Восток: TOP 5 перспективных ТВ рынков (по степени распространения телевидения)***

<b>Страна</b>	<b>Общее кол-во домохозяйств</b>	<b>Кол-во домохозяйств, имеющих ТВ</b>	<b>% домохозяйств, подключенных к ТВ</b>
Республика Маврикий	400,000	360,000	90.0%
Иран	14,360,000	11,500,000	80.1%
Ирак	2,000,000	1,600,000	80.0%
Ливия	1,220,000	874,000	71.6%
ЮАР	9,100,000	6,455,000	70.9%

В странах Африки зачастую отсутствуют недорогие кабельные сети, что подразумевает доминирование спутникового телевидения. В Африке частный бизнес сфокусирован именно на спутниковом ТВ, чему способствовали государственная монополия в отношении коммуникаций и невозможность развивать кабельную инфраструктуру.

Важным событием в распространении кабельного ТВ на Африканском континенте стал запуск спутника Intelsat 907, который позволил значительно увеличить объем доставки телевизионных услуг в Африку и дал возможность экспортировать сигнал с континента.

Для развития телевидения в этом регионе необходимо решение проблемы доставки видео сигнала. Что действительно создало бы потенциал для распространения видео услуг, так это внедрение недорогих цифровых кабельных сетей. Сегодня, как уже говорилось выше, видео сигнал распространяется только посредством спутников.

Тот факт, что африканский континент таит все большой потенциал, очевиден. Однако, своими силами телевидение там вряд ли разовьется в ближайшее время, а зарубежные игроки, хотя и рассматривают этот рынок как потенциально выгодный, все опасаются активно выходить на него. Основными сдерживающими факторами развития ТВ индустрии на сегодняшний день продолжают оставаться сильная фрагментация рынка, законодательные сложности, несовершенная финансовая система (сложности с использованием иностранной валюты, высокий уровень коррупции и пр.) и политические аспекты.

**Америка**

Еще одним регионом, который сегодня считается наиболее перспективным, являются страны Латинской Америки и Карибского бассейна. Разрушительный экономический кризис, присутствовавший в регионе, по всей вероятности, уже миновал. Основные экономические показатели региона свидетельствуют о росте, причем, по мнению экспертов, этот рост будет устойчивым и продолжительным.

Основное проблемы в экономике усугублялись тем фактом, что основные сферы экономик этих стран напрямую зависели от рынков других государств. Так, например, экономика Уругвая в значительной степени полагалась на Аргентину и Бразилию, а состояние экономики США имеет ключевое воздействие на Латинскую Америку.

Однако сегодня страны этого региона, где индустрия вещательных услуг развита слабо, представляют собой территорию с довольно большим потенциалом. К негативным факторам индустрии, как и в предыдущем регионе, следует отнести жесткое регулирование со стороны правительства и значительную степень фрагментации рынка. Но сегодня уже сделаны первые шаги в направлении приватизации и консолидации сектора.

### *Америка: TOP5 перспективных ТВ рынков (по объему, 2005)*

<i>Страна</i>	<i>Домохозяйства (подключенные к ТВ)</i>
Куба	2,500,000
Гватемала	1,200,000
Сальвадор	900,000
Коста-Рика	810,000
Парагвай	800,000

Большой проблемой региона является схема, по которой многие местные компании платят международным каналам в долларах, а доход от подписки и размещения рекламы получают в местной валюте. Издержки, возникающие в результате этого, часто возлагаются на подписчиков, что выливается в большой процент «ухода» подписчиков от одного оператора к другому. Кроме этого, такая ситуация с валютой способствует процветанию пиратства и заявлению некоторыми операторами большего количества подписчиков, чем есть на самом деле. Еще одним фактором, который негативно сказался на ТВ рынке, стало снижение спроса на товары народного потребления, что повлекло за собой снижение поступлений от рекламы.

### *Америка: TOP 5 перспективных ТВ рынков (по степени распространения телевидения)*

<i>Страна</i>	<i>Общее кол-во домохозяйств</i>	<i>Кол-во домохозяйств, имеющих ТВ</i>	<i>% домохозяйств, подключенных к ТВ</i>
Багамы	90,000	86,000	95.6%
Барбадос	98,000	93,000	94.9%
Тринидад и Тобаго	350,000	310,000	88.6%
Коста-Рика	930,000	810,000	87.1%
Панама	750,000	600,000	80.0%

Однако, есть уже и позитивные моменты развития рынка: некоторые кабельные сети были обновлены, появилась возможность предоставления голосовых услуг, Интернета и цифрового ТВ. Операторы, которые пользуются такими «улучшенными» сетями, имеют возможность предоставлять новые ТВ услуги, такие как VOD и PPV.

На рынок этого региона уже начинают выходить такие акулы медиа бизнеса как News Corp. Так в октябре 2004 года компании Sky Latin America и DirecTV подтвердили слияние своих DTH направлений. Это произошло после приобретения News Corp. контрольной доли в компании Hughes Electronics, которая в свою очередь владела 34% в DirecTV Latin America. В то же время News Corp. принадлежала большая часть в Sky Latin America. Таким образом, два конкурирующих сервиса объединили свои усилия, что без сомнения принесло им немало выгод.

Две эти компании были единственными конкурентами на четырех основных латиноамериканских территориях (Бразилия, Чили, Мексика и Колумбия). Sky больше концентрировалась на основных рынках, в то время как DirecTV попытались охватить полностью весь регион.

### **Азиатско-тихоокеанский регион**

В странах азиатского и тихоокеанского регионов уже сегодня присутствуют значительные достижения в плане внедрения цифрового телевидения. Основной платформой доставки

видео сигнала продолжает оставаться кабель, хотя на некоторых территориях также можно отметить некоторые достижения в области DTH. При этом IPTV уже сегодня создает достойную конкуренцию обоим платформам.

**Азиатско-тихоокеанский регион: TOP5 перспективных ТВ рынков (по объему, 2005)**

<i>Страна</i>	<i>Домохозяйства (подключенные к ТВ)</i>
Пакистан	10,256,400
Бангладеш	8,300,000
Казахстан	4,750,000
Камбоджа	1,800,000
Шри Ланка	1,600,000

Распространение цифрового телевидения в большой степени сдерживалось отсутствием финансирования и законодательной поддержки. Сегодня правительство многих стран, в частности Китая, осознано перспективность этого направления.

**Азиатско-тихоокеанский регион: TOP 5 перспективных ТВ рынков (по степени распространения телевидения)**

<i>Страна</i>	<i>Общее кол-во домохозяйств</i>	<i>Кол-во домохозяйств, имеющих ТВ</i>	<i>% домохозяйств, подключенных к ТВ</i>
Бруней	58,000	57,000	98.3%
Казахстан	5,408,000	4,750,000	87.8%
Макао	112,000	89,600	80.0%
Камбоджа	3,000,000	1,800,000	60.0%
Фиджи	199,000	118,430	59.5%

Однако в таком «отставании» в развитии также есть свои плюсы. Так, компаниям в этом регионе не придется использовать непроверенные бизнес модели и неотработанные технологии. Тем более, что в этом регионе есть страны, в которых существуют очень успешные компании-разработчики программного продукта и электронных устройств, которые не только обслуживают потребителей на местном рынке, но и экспортируют свой продукт.

**Европа**

В последние годы ряд важных событий произошел и в телевизионной индустрии стран Восточной Европы. Основной движущей силой развития этого региона стали инвестиции зарубежных компаний.

**Европа: TOP перспективных ТВ рынков (по объему, 2005)**

<i>Страна</i>	<i>Домохозяйства (подключенные к ТВ)</i>
Беларусь	3,631,500
Албания	520,000
Молдова	370,000
Люксембург	175,000

Процесс инвестирования пошел более активно, после того, как ряд стран этого региона присоединились к Европейскому Союзу. Особенно активно работающими компаниями в регионе являются European Media Enterprises (CME), Greenbriar, Metromedia и SBS Broadcasting.

Однако, в этом регионе все еще остается нерешенным ряд важных вопросов. Проблемы с устаревшим или несовершенным законодательством привели к задержке запуска некоторых цифровых кабельных и DTT платформ. Также острыми остаются проблемы соблюдения авторских прав и налогообложения.

**Европа: TOP5 перспективных ТВ рынков (по степени распространения телевидения)**

<b>Страна</b>	<b>Общее кол-во домохозяйств</b>	<b>Кол-во домохозяйств, имеющих ТВ</b>	<b>% домохозяйств, подключенных к ТВ</b>
Лихтенштейн	12,750	12,400	97.3%
Люксембург	182,000	175,000	96.2%
Беларусь	3,984,000	3,631,500	91.2%
Мальта	135,000	122,000	90.4%
Исландия	123,000	96,000	78.0%

Интересно отметить, что среди стран – бывших членов СССР «открывающимися» рынками считаются Армения, Беларусь и Молдова. Украины среди этих стран нет, что свидетельствует о «зрелости» нашего рынка с точки зрения зарубежных аналитиков.

**Интересные факты**

Тема новых телевизионных рынков, естественно, не исчерпывается информацией, приведенной в этом обзоре. Наверное, на нашей планете не осталось мест, где не ступала нога цивилизованного человека. Но места малоизученные и максимально отстраненные от цивилизации, естественно и к счастью, на Земле есть. И тем более, есть в мире множество стран и территорий, жизнь на которых очень сильно отличается от той, к которой привыкли мы. О таких странах можно рассказать много интересного и неожиданного, в том числе и в отношении телевизионной индустрии.

Например, нам трудно себе представить, что существуют страны, где телевизор имеют всего несколько процентов населения. Так, в Эфиопии телевидение присутствует всего в 3,6% из 13,6 млн. домохозяйств (73 млн. людей). В Нигерии, где проживает более 130 млн. людей, телевизор смотрят чуть более 30% из них. На юго-востоке Азии есть страна Мьянма, в которой из более чем 45 млн. населения, телевидение присутствует только в 2,8% домохозяйств. Для Европы характерно распространение телевидения более чем в 90% домохозяйств. Но в тоже время, в Албании, этот показатель составляет только 42%, в Молдове – 40,8% и 63,8% в Гренландии.

На Кубе жителям запрещено без разрешения властей покупать компьютеры и подключаться к Интернету, а также устанавливать спутниковые антенны для приема зарубежных телеканалов.

Как видим, в мире еще много неосвоенных рынков и неизведанных территорий. Но ключевым, по-прежнему остается вопрос того, оправдает ли цель вложенные средства.

**Media Business Reports**

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с MBR, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: [info@mrm.com.ua](mailto:info@mrm.com.ua)